

VIABILIDAD DE LA REALIZACIÓN DE UN CLUSTER ENTRE PRODUCTOR  
AGRICOLA Y EMPRESARIO AGROINDUSTRIAL PARA LA PRODUCCION Y  
EXPORTACIÓN DE MANGO EN CONSERVA A COREA DEL SUR EN EL MARCO  
DEL ACUERDO BILATERAL SUSCRITO

JOHANA CAROLINA CAMELO ESPINOSA  
PAULA ANDREA HERNANDEZ QUIROGA

FUNDACION UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CAMARA DE COMERCIO  
DE BOGOTA  
ESCUELA DE FINANZAS  
NEGOCIOS INTERNACIONALES  
BOGOTA  
2014

VIABILIDAD DE LA REALIZACIÓN DE UN CLUSTER ENTRE PRODUCTOR  
AGRICOLA Y EMPRESARIO AGROINDUSTRIAL PARA LA PRODUCCION Y  
EXPORTACIÓN DE MANGO EN CONSERVA A COREA DEL SUR EN EL MARCO  
DEL ACUERDO BILATERAL SUSCRITO

JOHANA CAROLINA CAMELO ESPINOSA  
PAULA ANDREA HERNANDEZ QUIROGA

Trabajo de Grado para optar al título de Profesional en Negocios Internacionales

TUTOR: CARLOS ARTURO PEREZ BEJARANO

FUNDACION UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CAMARA DE COMERCIO  
DE BOGOTA  
ESCUELA DE FINANZAS  
NEGOCIOS INTERNACIONALES  
BOGOTA  
2014

*A Dios y a nuestros Padres*

## TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO I. CONTEXTO.....	14
1.1. Situación del mercado mundial de Mango .....	14
1.1.1. Exportaciones mundiales.....	15
1.1.2. Importaciones mundiales.....	16
1.2. Situación mercado mundial frutas y vegetales procesados.....	17
1.2.1. Exportaciones mundiales.....	18
1.2.2. Importaciones mundiales.....	20
CAPITULO II. FUNDAMENTOS TEORICOS .....	22
2.1. Fundamentos Normativos .....	22
2.1.1. Tratado de libre comercio República de Corea y República de Colombia .....	22
2.1.2. Instrumentos de apoyo a los exportadores .....	23
2.1.3. Programas de incentivo a los productores.....	24
2.2. Fundamentos históricos .....	26
2.3. Fundamentos institucionales.....	27
2.3.1. Entidades Gubernamentales .....	27
2.3.2. Entidades Gremiales .....	31
2.4. Fundamentos conceptuales .....	32
2.4.1. Cluster: .....	32
2.4.2. Competividad:.....	32
2.4.3. Cadena De Valor: .....	33
CAPITULO III. FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS .....	33
3.1. Tipo de Investigación .....	33
3.2. Método de investigación.....	35
CAPITULO IV. HALLAZGOS.....	36
4.1. Análisis del Insumo: Mango .....	37
4.1.1. Caracterización del producto .....	37
4.1.2. Distribución geográfica de la producción .....	40
4.1.3. Colombia y el comercio exterior del Mango .....	42

4.1.4. Cadena de Valor .....	45
4.2. Sector de frutas procesadas en Colombia .....	49
4.2.1. Producción .....	49
4.2.2. Consumo Intermedio.....	50
4.2.3. Estructura productiva .....	51
4.2.4. Canales de distribución.....	52
4.2.5. Legislación y normas técnicas .....	53
4.2.6. Colombia y el comercio exterior de las conservas de Mango .....	55
4.3. Indicadores de Comercio .....	58
4.4. Condiciones de ingreso al mercado Coreano .....	59
4.4.1. Acceso al mercado Coreano.....	60
4.4.2. Proceso de exportación .....	63
4.4.3. Etiquetado.....	67
4.4.4. Envase y embalaje.....	68
4.4.5. Productos orgánicos .....	69
4.4.6. Distribución física internacional.....	70
4.4.7. Costos de logística y distribución nacional e internacional .....	73
4.5. Análisis del mercado Coreano .....	76
4.5.1. Comercio exterior.....	77
4.5.2. Análisis de la competencia .....	78
4.5.3. Productos sustitutos.....	79
4.5.4. Perfil de consumo de frutas procesadas en Corea del Sur .....	81
4.5.5. Análisis del Patrón del Consumo .....	83
4.6. Mezcla de marketing .....	84
Conclusiones.....	86
Recomendaciones.....	87
Consideraciones.....	88
Bibliografía .....	90
Anexos .....	94
Anexo 1. Tarifas de referencia de transporte marítimo Buenaventura – Pusan Busan.....	94

Anexo 2. Matriz de costos de DFI por modalidad de transporte.....	96
Anexo 3. Ficha país: Colombia .....	97
Anexo 4. Ficha país: Corea del Sur .....	98

## **Índice de graficas**

Grafica 1 Producción de mangos, mangostanes y guayabas por país 2012-2013	15
Grafica 2 Principales exportadores mundiales de mango 2013 .....	16
Grafica 3 Principales importadores mundiales de mango 2013 .....	17
Grafica 4 Principales exportadores mundiales de conservas 2013 .....	19
Grafica 5 Principales importadores mundiales de conservas 2013 .....	21
Grafica 6 Distribución Nacional de Variedades de Mango .....	39
Grafica 7 Organización Departamental del Área en Producción de Mango .....	41
Grafica 8 Principales compradores de Mango Colombiano en 2013.....	43
Grafica 9 Principales proveedores de Mango a Colombia 2013 .....	44
Grafica 10 Producción Bruta y Variación de la producción bruta .....	49
Grafica 11 Principales productos del sector en 2012 .....	50
Grafica 12 Principales destinos de exportación Colombia 2013.....	56
Grafica 13 Balanza Comercial mango en conserva Colombia 2013 .....	57
Grafica 14 Comercio potencial indicativo de conservas de fruta .....	58
Grafica 15 Principales proveedores Corea.....	77
Grafica 16 Producción de Enlatado de Fruta por Año .....	82

## Índice de tablas

Tabla 1 Exportaciones mundiales de Mango .....	15
Tabla 2 Importaciones mundiales de mango .....	16
Tabla 3 Exportaciones mundiales de conservas .....	19
Tabla 4 Importaciones mundiales de conservas .....	20
Tabla 5 Entidades gremiales .....	31
Tabla 6 Comercio exterior del mango en 2013 .....	43
Tabla 7 Exportaciones de Mango Colombiano .....	44
Tabla 8 Importaciones Colombianas de Mango .....	45
Tabla 9 Comercio exterior Colombia-Corea de conservas de fruta 2013 .....	56
Tabla 10 Tasas arancelarias en Corea .....	60
Tabla 11 Algunos de los aditivos y preservantes más comunes .....	62
Tabla 12 Costos referencia de transporte terrestre .....	75
Tabla 13 Exportaciones a Corea de mangos en Conserva 2013 .....	76
Tabla 14 Precios de los competidores en el mercado Coreano 2013 .....	79

## **Índice de ilustraciones**

Ilustración 1 Cantidades de producción Suma 2012-2013 .....	14
Ilustración 2 Composición regional de la cadena de mango .....	42
Ilustración 3 Producción Nacional .....	42
Ilustración 4 Estructura simplificada de la cadena de valor / sector hortofrutícola	46
Ilustración 5 Zoom cadena de valor del procesamiento de Frutas .....	48
Ilustración 6 Canales de distribución de la industria de alimentos procesados en Colombia .....	53
Ilustración 7 Registro Sanitario .....	63
Ilustración 8 Acceso marítimo a Corea 014).....	71
Ilustración 9 Productos sustitutos.....	80

## **Índice de ecuaciones**

Ecuación 1 Indicador de la ventaja comparativa revelada.....	59
--	----



## **Resumen**

El comercio bilateral entre Corea y Colombia ha sido históricamente incipiente, pese a que cuentan con economías complementarias, debido a esto los gobiernos con el objetivo de fortalecer las relaciones económicas, culturales y de inversión los países firmaron un tratado de libre comercio en el año 2013.

La presente investigación pretende evaluar un proyecto de exportación de conservas de mango a Corea en el marco del acuerdo, producto a ser desarrollado en el a través de un cluster agroindustrial en Colombia, por medio del cual los actores aumentarían su competitividad e incursionarían en mercados no tradicionales.

Además busca fortalecer la estructura industrial en el país al aumentar su canasta exportadora, apalancar su conocimiento y rentabilidad y generar sinergias con los diversos actores asociados a la cadena apalancar su competitividad en un escenario internacional.

Palabras claves: Cluster, competitividad, cadena de valor

## **Abstract**

Bilateral trade between Korea and Colombia has historically been emerging, although have complementary economies, because of this government with the aim of strengthening economic, cultural and investment relations countries signed a free trade agreement in 2013 .

This research aims to evaluate a draft of canned mango export to Korea under the agreement, the product to be developed in through an agribusiness cluster in Colombia, through which actors and increase their competitiveness in markets not plan incursions traditional.

It also seeks to strengthen the industrial structure in the country to increase its export basket, profitability and leverage their knowledge and create synergies with the various actors associated with the chain leverage its competitiveness on an international stage.

Key words: Cluster, competitiveness, value chain

## **Introducción**

El gobierno Colombiano ha desarrollado programas para promover la industrialización del país, incentivar el ingreso a mercados internacionales y volcar su fuerza productiva a sectores de valor agregado. Además ha buscado fortalecer relaciones con socios estratégicos en el comercio mundial para incursionar en destinos no tradicionales, aumentando su oferta exportadora.

Por esto es importante el desarrollo de oportunidades de negocio no tradicionales que catapulten la competitividad del sector agroindustrial del país y que además ayuden a posicionarlo como un segmento de mayor relevancia en la economía nacional.

Aprovechando la fortaleza agrícola del país, se pueden implementar cadenas agroindustriales para producir bienes no tradicionales, como el mango en conserva, e incursionar en mercados no tradicionales y con gran atractivo a nivel mundial, como es el caso de Corea.

## **Problema de investigación**

¿Es potencial la realización de un cluster agroindustrial para la producción de mango en conserva para exportación con mercado objetivo Corea del Sur en el marco del acuerdo bilateral suscrito?, según la teoría económica, el cluster es una vía para desarrollar la ventaja competitiva de las cadenas productivas, sin embargo es una figura poco presente en la economía colombiana en la que tradicionalmente los actores trabajan independientemente, posición que es poco consecuente al alcance del objetivo de consolidar sectores de talla mundial, un modelo es el segmento agroindustrial que apenas representó el 0,23% de la industria nacional en 2012. Dentro de este fragmento se encuentran las frutas en conserva, producto no tradicional y que puede ser potencial para aumentar la oferta exportadora a destinos no tradicionales como Corea del Sur, país asiático con el que se suscribió un tratado de libre comercio en el 2013.

## **Objetivo general**

Determinar la viabilidad de la realización de un cluster agroindustrial para la producción de mango en conserva con mercado objetivo Corea, aprovechando el acuerdo suscrito entre el país Asiático y Colombia

## **Objetivos específicos**

- Realizar una investigación de mercado exploratoria para la cadena productiva.
- Identificar el cluster como una vía para potenciar las ventajas comparativas del segmento de frutas en conserva.
- Analizar la potencialidad del mango en conserva como producto de exportación a corea.

## **Justificación de la Investigación**

La identificación de oportunidades comerciales no tradicionales representa la posibilidad de aprovechar un mercado que es potencial siendo en la actualidad incipiente, al beneficiarse de las características del mercado creciente y del consumidor; aportando industrialización al país; como resultado dichas naciones fortalecen sus relaciones comerciales con Corea y se favorecen de los actuales acuerdos comerciales.

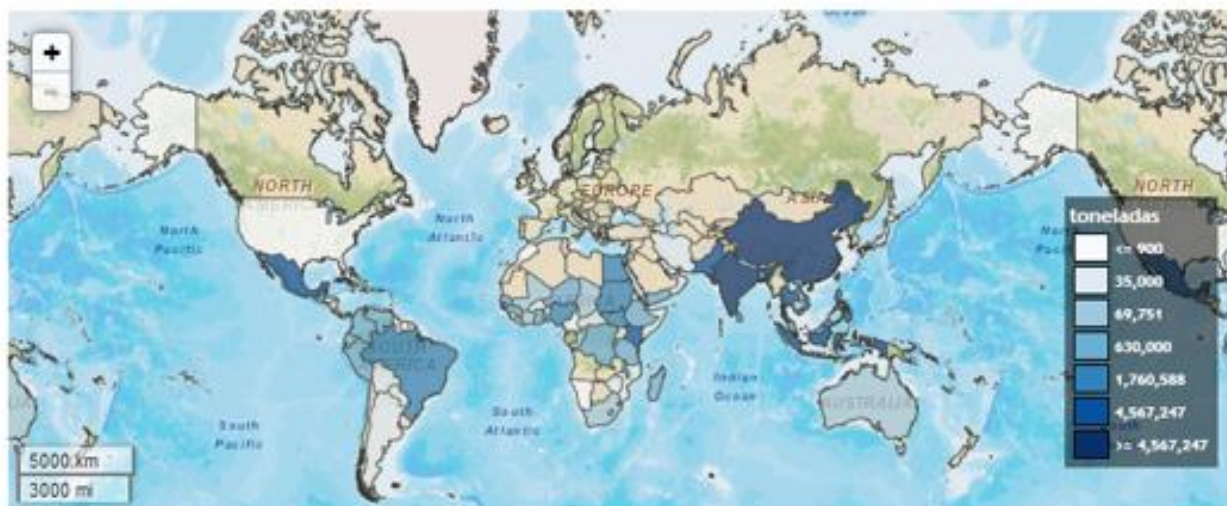
La importancia de una investigación de esta naturaleza es entregar un resultado que constituya un punto de referencia para industriales que tengan interés en desarrollar la idea aquí propuesta o similar.

## CAPITULO I. CONTEXTO

La presente investigación se realizó en el marco del mercado del mango como insumo para el procesamiento de un alimento procesado, específicamente conservas de fruta; dentro de este contexto a continuación se presenta una visión mundial de la situación actual de estos:

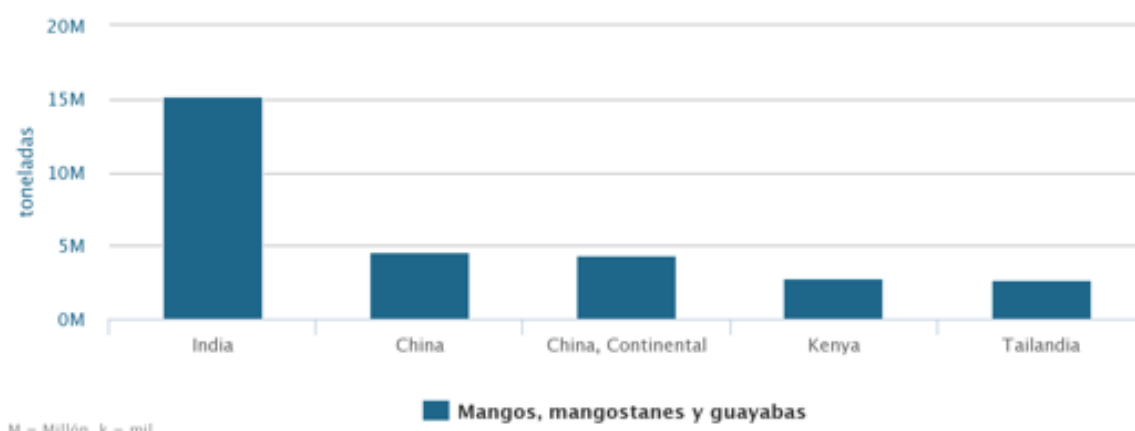
### 1.1. Situación del mercado mundial de Mango

En el período 2012 – 2013 se produjeron un total de 46.707.084 toneladas de Mango, mangostanes y guayabas a nivel mundial; el mayor índice de concentración de la producción se encuentra en el continente asiático el cual represento un 71,6% del total, de otro lado el 11,4% se concentró en América.



*Ilustración 1 Cantidades de producción Suma 2012-2013 (FAO, 2014)*

Los principales productores mundiales de Mangos, mangostanes y guayabas del periodo 2012-2013 pertenecen al continente de Asia, donde India es el líder, seguido por el gigante asiático, quien a pesar de ocupar el segundo puesto no alcanza la mitad de la producción de su vecino.



*Grafica 1 Producción de mangos, mangostanes y guayabas por país 2012-2013 (FAO, 2014)*

Según las estadísticas de la FAO para el periodo 2012-2013 Colombia fue el 26º productor de este fruto, alcanzando 235.319 toneladas, lo cual significo un 0,50% de participación en el índice total de obtención de Mangos, mangostanes y guayabas.

### 1.1.1. Exportaciones mundiales

Año	Cantidad (Toneladas)	% Crecimiento cantidad	Valor exportado	% Crecimiento valores
2013	1.731.991	4,1%	1.927.064	16,5%
2012	1.660.296	1,7%	1.609.844	5,4%
2011	1.631.569	11,0%	1.522.218	15,0%
2010	1.451.420	-0,04%	1.294.584	10,5%

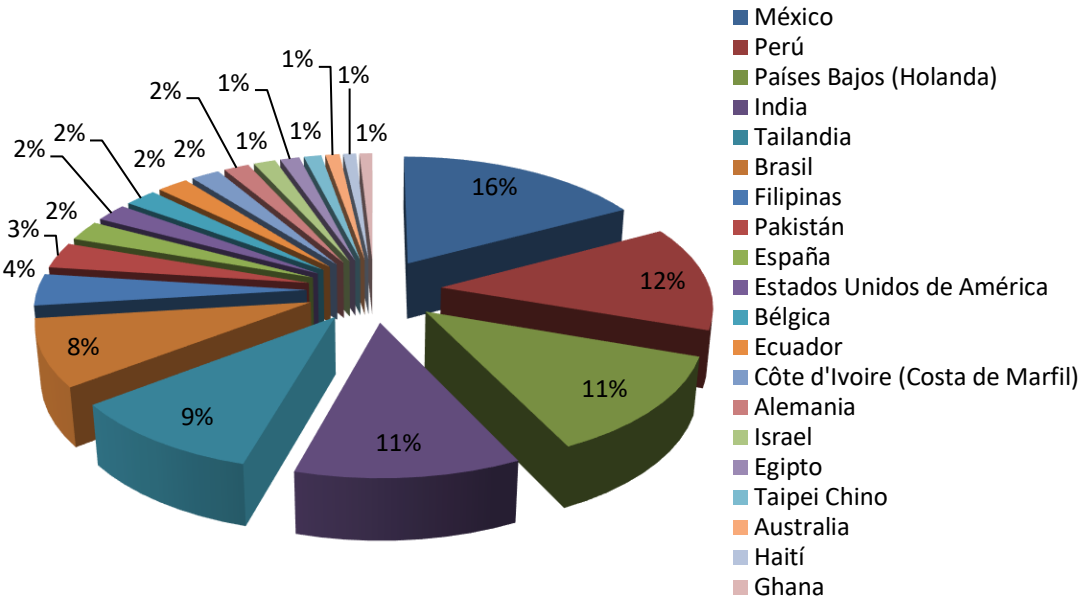
Valores expresados en miles de Dólares\*

*Tabla 1 Exportaciones mundiales de Mango (International Trade Centre, 2014) Fuente: Diseño propio*

El mercado ha tenido un ritmo de crecimiento constante, presentando una desaceleración en el año 2012, manteniendo una tendencia similar en valores y cantidades. Para el 2014 se proyectaron exportaciones totales de 1.836.429 toneladas significando un valor estimado de USD 2.084.694 miles de dólares.

Siendo India el principal productor mundial de mango, se posiciona como el cuarto exportador del mismo, mientras es sobrepasado por México, Perú y Holanda

respectivamente; estos países son dueños del 50% de las exportaciones globales de este fruto.



*Grafica 2 Principales exportadores mundiales de mango 2013 (FAO, 2014) Fuente: Diseño propio*

Para el año 2013, Colombia reporto exportaciones de este fruto por un 665 miles de dólares (224 Toneladas), lo anterior lo ubica en el puesto 51, con una participación del 0,03% del mercado mundial.

### 1.1.2. Importaciones mundiales

Año	Cantidad (Toneladas)	% Crecimiento cantidad	Valor importado	% Crecimiento valores
2013	1.640.560	10,6%	2.207.012	14,6%
2012	1.466.213	-0,2%	1.884.391	6,9%
2011	1.469.051	8,3%	1.753.621	10,1%
2010	1.347.094	7,2%	1.576.751	9,9%

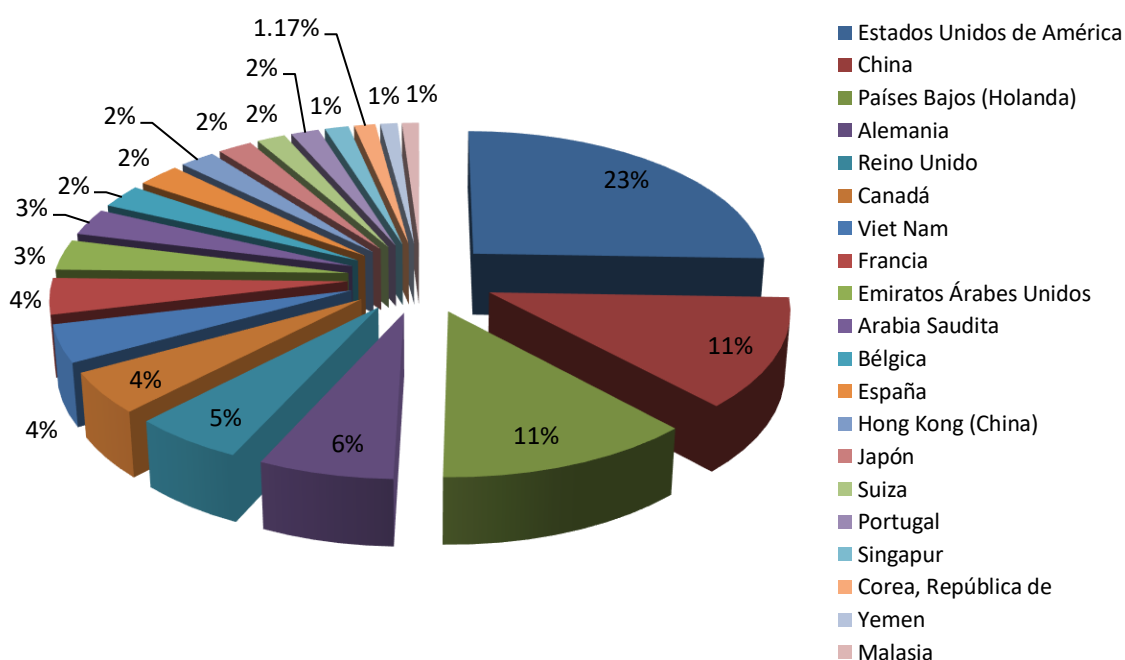
Valores expresados en miles de Dólares\*

*Tabla 2 Importaciones mundiales de mango (International Trade Centre, 2014) Fuente: Diseño propio*



El comportamiento de las importaciones globales de mango, ha presentado una tendencia similar a las exportaciones, evidenciándose un crecimiento constante con una desaceleración en el 2012, donde se encuentra la particularidad de un avance en valores frente a un decrecimiento en cantidad comercializada.

Estados Unidos ocupa el primer puesto en importaciones mundiales de mango, seguido por China y Países Bajos, respectivamente, quienes a su vez se posicionan en el segundo y tercer lugar en exportaciones; cabe resaltar que estos tres países representan el 55% de las compras globales de este fruto.



*Grafica 3 Principales importadores mundiales de mango 2013 (International Trade Centre, 2014)*  
*Fuente: Diseño propio*

Para el año 2013 Colombia fue el 61º importador mundial de mango alcanzando compras 1.263 miles de dólares (11.530 toneladas), representando el 0,06% de las importaciones mundiales de mango. Por su parte Corea del Sur fue el 18º comprador de este producto adquiriendo 25.850 miles de dólares (6.494 toneladas), lo cual significa un 1,17% de participación en el último periodo.

## 1.2. Situación mercado mundial frutas y vegetales procesados

Según el informe de 2014 Global Fruits & Vegetables Processing dado por IBIS World, Where Knowledge is Power, en el año 2013 se produjeron un total de 1.809 millones de toneladas métricas de frutas y vegetales procesados, logrando una tasa de crecimiento del 3,8% frente al periodo anterior (1.743); los principales productores mundiales se ubicaron en un 28,9% en Europa, seguidos por un 27,7% que se encontraban en Norte América, por su parte el 14,1%, se concentraron en el Norte de Asia y finalmente se posiciono Latinoamérica y el Caribe con una tasa de manufactura del 11,3%, siendo Brasil el industrial procesador más grande del Continente, mientras Chile toma el lugar del mayor oferente de esta subregión.

La segmentación del mercado mundial está distribuida de la siguiente forma: 43% corresponde a frutas y vegetales enlatados, los frutos congelados significan un 36% del total, en el tercer lugar se ubican los jugos, vegetales pre cortados y ensaladas listas las cuales representan 11 puntos porcentuales y finalmente se encuentra con un 10% la comida seca y deshidratada.

En materia de distribución en el mercado mayorista los mayores ingresos se registran en supermercados y tiendas de venta al mayoreo (53,2%), sucedidas con un 20% por industrias de servicios y procesamiento alimenticio, las manufacturas de alimentos restantes representan un 15,7% del total y finalmente se ubican los demás abarrotes con un 11,1%.

### 1.2.1. Exportaciones mundiales

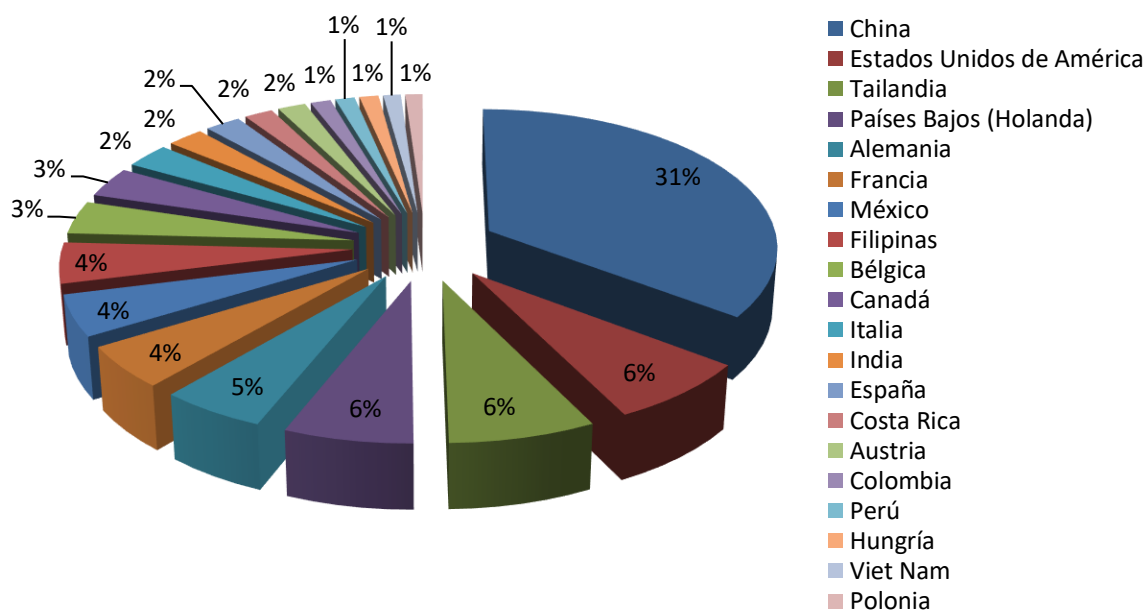
<b>Año</b>	<b>Cantidad (Toneladas)</b>	<b>% Crecimiento cantidad</b>	<b>Valor exportado</b>	<b>% Crecimiento valores</b>
2013	1.407.696	10,8%	2.709.238	11,8%
2012	1.255.441	-0,7%	2.389.593	-2,6%
2011	1.264.566	10,5%	2.451.372	21,1%
2010	1.132.115	10,1%	1.935.052	9,1%

Valores expresados en miles de Dólares\*

*Tabla 3 Exportaciones mundiales de conservas (International Trade Centre, 2014) Fuente: Diseño propio*

El mercado mundial de frutas preparadas en conserva logro transacciones de exportación en el 2013 por un monto de 2.709.238 miles USD, significando un apalancamiento de un 11,8% para una industria que sufrió durante el año inmediatamente anterior un retroceso de - 2,6%, lo cual represento una ruptura en una tendencia de crecimiento de los últimos periodos.

Las exportaciones fueron lideradas por China que se apropió de más de ¼ del mercado mundial, superando en más de 20 puntos porcentuales a sus sucesores; por su parte Estados Unidos se ubicó en la segunda posición y en tercer lugar Tailandia, potencias que en conjunto abarcaron 43% de participación.



*Grafica 4 Principales exportadores mundiales de conservas 2013 (International Trade Centre, 2014) Fuente: Diseño propio*

Colombia ocupó el décimo sexto lugar en exportaciones mundiales de frutas procesadas o en conserva en 2013, representando un 1,10% del total de este

mercado, donde sus transacciones ascendieron a los 29.759 miles de dólares (11.198 toneladas), por su parte Corea del Sur se ubicó en la posición 24, siendo dueño del 0,60% paquete.

### 1.2.2. Importaciones mundiales

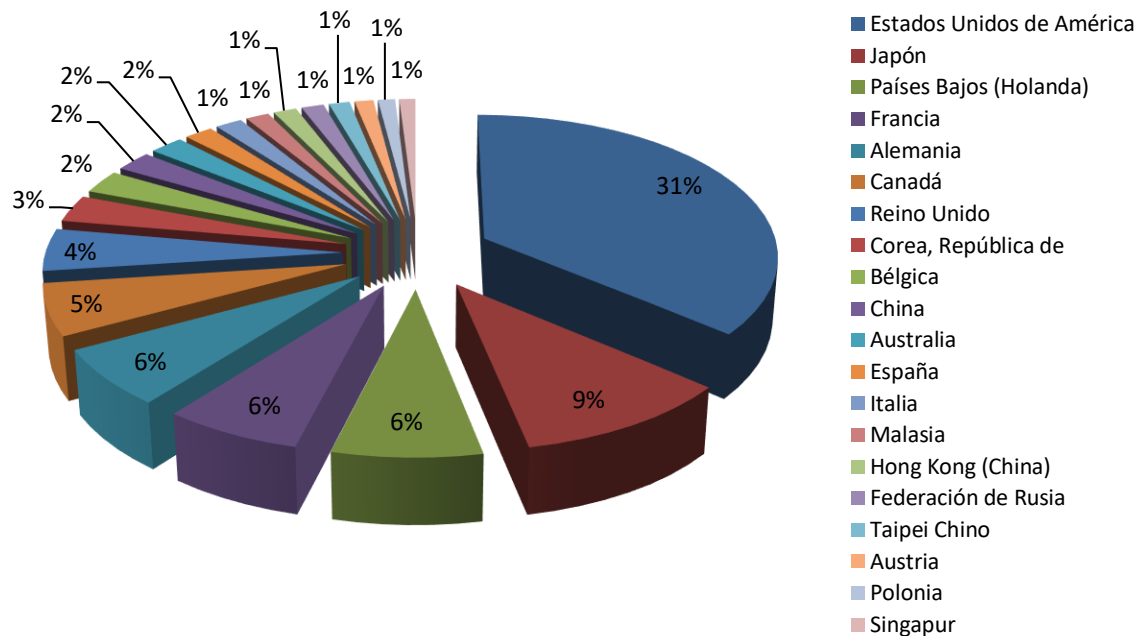
<b>Año</b>	<b>Cantidad (Toneladas)</b>	<b>% Crecimiento cantidad</b>	<b>Valor importado</b>	<b>% Crecimiento valores</b>
2013	1.596.366	1,5%	3.000.016	6,7%
2012	1.572.223	1,0%	2.799.114	-0,8%
2011	1.555.956	6,6%	2.821.529	17,0%
2010	1.452.570	5,0%	2.342.599	9,7%

*Valores expresados en miles de Dólares\**

*Tabla 4 Importaciones mundiales de conservas (International Trade Centre, 2014) Fuente: Diseño propio*

En materia de importaciones se observa una tendencia de crecimiento durante los años 2010 y 2011, que se estanca y alcanza el decrecimiento en el 2012, situación que se refleja en el comportamiento de las importaciones; finalmente para el periodo 2013 se logro una aceleración en estas transacciones.

Los principales importadores mundiales de conservas concentraron el 46% de este mercado, donde Estados Unidos, mantenido su linea predominante en exportaciones, es el abanderado de un poco menos de la tercera parte de estas operaciones, donde el país Nipón alcanza un 9% acompañado de Holanda que logra 6 puntos porcentuales.



*Grafica 5 Principales importadores mundiales de conservas 2013 (International Trade Centre, 2014)*  
*Fuente: Diseño propio*

A corte 2013 Corea del Sur ocupó el octavo lugar en importaciones mundiales de frutas preparadas o en conserva, sumando 77.719 miles de dólares (71.652 toneladas), lo cual significó un 3% del total de dichas transacciones. De otro lado Colombia (puesto 79) representó el 0,04% del mercado mundial.

En el mercado general de conservas se aprecia una predominancia de naciones como China, Estados Unidos, Tailandia, Países Bajos y Japón, los cuales concentran la mayor cantidad de operaciones comerciales internacionales.

## **CAPITULO II. FUNDAMENTOS TEORICOS**

Como profesionales de Negocios Internacionales, es necesario contar solidas con bases teóricas para desarrollar labores investigativas en un contexto cada vez más globalizado, además es primordial conocer la normatividad e instituciones que enmarcan dichos procesos, lo anterior con el fin de tener una visión completa de las actividades a desarrollar y ofrecer resultados que se traduzcan en aumento de oportunidades, diversificación y apertura de mercados y que catalicen la competitividad empresarial.

Con ese objetivo a continuación se desarrollan los fundamentos que enmarcan el trabajo investigativo del presente documento, las bases teóricas que conllevaron a plantear esta oportunidad de negocio y los resultados de la misma, es de destacar que como profesionales en Negocios Internacionales se cuenta con gran cantidad de conceptos que fueron empleados, sin embargo se enumeran los más destacados y los cuales le otorgan el esqueleto a este escrito.

### **2.1. Fundamentos Normativos**

La presente investigación está enmarcada en tratado comercial suscrito entre la República de Colombia y la República de Corea, a continuación se realizará una breve descripción de este:

#### **2.1.1. Tratado de libre comercio República de Corea y República de Colombia**

Es un acuerdo de última generación debido a que además de incluir bienes y servicios, también contiene cooperación e inversión. Está dividido en 22 capítulos que tocan temas como: Acceso a mercados, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Normas de origen, Propiedad Intelectual, Inversión, Cooperación, entre otros. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011)

Fecha de firma: 21 de Febrero de 2013

Estado actual: Suscrito

Según información dada por Portafolio, el acuerdo fue aprobado por el Senado de la República de Colombia el 12 de Noviembre de 2013, paso seguido fue enviado a revisión de la Cámara de Representantes, donde recibió un segundo visto bueno, pero sufrió un estancamiento en la tercera instancia, proceso discusión y votación, en consecuencia a la falta de trámite y a sectores opositores al tratado, que conllevó a que se ubicara en un limbo administrativo hasta el posicionamiento del nuevo mandatario; actualmente se está a la espera de la presentación ante el legislativo.

### **2.1.2. Instrumentos de apoyo a los exportadores**

El gobierno colombiano cuenta con mecanismos creados para la promoción de las exportaciones, los cuales son:

**2.1.2.1. Sociedades de Comercialización Internacional:** Régimen especial de apoyo a las exportaciones que ofrece un beneficio tributario, creado mediante la Ley 67 del 28 de Diciembre de 1979. Son personas jurídicas que tienen por misión la comercialización y venta internacional de productos colombianos, que hayan sido comprados nacionalmente o producidos por socios de la compañía. (Legiscomex, 2014)

**2.1.2.2. Plan Vallejo (PV):** "Sistema especial de importaciones importación - exportación creado mediante el Decreto Ley 444 de 1967 en sus artículos 172, 173 y 174. Es un instrumento de incentivo a las exportaciones, que consiste en permitir a las personas naturales o jurídicas que tengan el carácter de empresarios productores, exportadores o comercializadores la importación temporal al territorio aduanero colombiano de materias primas e insumos, con exención total de derechos de aduana y del Impuesto al Valor Agregado (IVA), que se

empleen en la producción de bienes para la exportación.” (Legiscomex, 2014)

**2.1.2.3. Usuarios altamente exportadores (Altex):** Son personas jurídicas reconocidas como tal por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, por haber realizado exportaciones mayores a USD 2 millones en el último año, directamente o a través de Comercializadoras Internacionales. (Legiscomex, 2014)

**2.1.2.4. Usuario Aduanero Permanente:** Persona jurídica reconocida como tal por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, previo cumplimiento de requisitos como haber tramitado por lo menos 100 declaraciones importaciones o exportación en los 12 meses inmediatamente anteriores, entre otros. (Legiscomex, 2014)

### **2.1.3. Programas de incentivo a los productores**

El gobierno además ofrece programas de incentivo para los empresarios del sector agroindustrial, propendiendo por aumentar su competitividad en el mercado y poder incursionar en un ambiente internacional, estos son:

**2.1.3.1. Programa de Transformación Productiva PTP:** Es un programa del Gobierno Nacional encaminado a transformar sectores estratégicos de la economía colombiana, impulsando su competitividad y crecimiento, realizando diálogos empresariales, sectoriales y gremiales con el estado, además de implementar de nuevas tecnologías, encadenamientos productivos y buenas practicas; con lo anterior se pretende mejorar la economía del país, el tejido social entre regiones y generar más y mejores empleos. (Programa de Transformación Productiva, 2014)

El programa contempla veinte sectores para su trabajo los cuales son:



- Manufacturas: Cosméticos y artículos de aseo, Editorial e industria de la comunicación gráfica, Industria de autopartes y vehículos, Textiles y confecciones, Cuero, calzado y marroquinería, Siderúrgico, Metalmecánico, Astillero.
- Agroindustria: Hortofrutícola, Chocolatería, confitería y sus materias primas, Acuícola, Carne bovina, Lácteo, Palma, aceites, grasas vegetales y sus biocombustibles.
- Servicios: Energía eléctrica, bienes y servicios conexos, Software & TI, Tercerización de procesos de negocio BPO&O, Turismo de Salud, Turismo de bienestar, Turismo de Naturaleza  
(Programa de Transformación Productiva, 2014)

**2.1.3.2. CONPES 3678 Política de Transformación Productiva: Un modelo de desarrollo sectorial para Colombia:** Es una política encaminada a impulsar sectores económicos altamente competitivos y generadores de valor agregado, a través de modelos de desarrollo sectorial que modernicen y potencien el aparato productor colombiano, buscando aprovechar las ganancias potenciales de los Acuerdos de Libre Comercio, generando bienestar, crecimiento económico y creación de empleo. (Consejo Nacional de Política Económica y Social, Conpes, 2010)

**2.1.3.3. Plan de Impulso a la Productividad y el Empleo PIPE:** Es un proyecto gubernamental que genera inversión en sectores económicos transversales, que a través de diversas medidas busca beneficiar la economía y el crecimiento sectorial del país. (Presidencia de la República, 2013) A través de este programa empresarios agroindustrial pueden acceder a líneas crediticias preferenciales con Bancoldex para

impulsar su modernización, capital de trabajo o para financiación de operaciones en dólares. (Programa de Transformación Productiva, 2014)

## **2.2. Fundamentos históricos**

Según datos del Ministerio de Relaciones Exteriores, Colombia y Corea establecieron relaciones diplomáticas en 1962, las cuales llegaron a su aniversario de plata el pasado 2012; ambas naciones cuentan con embajadas en el territorio de su socio. En el año 2012 se estableció una Asociación Estratégica de Cooperación entre los países, por medio de la cual se han fortalecido las relaciones bilaterales en ámbitos económicos, comerciales, académicos y culturales,

Colombia vivió su apertura comercial en el año 1991, dando paso a la firma de acuerdos bilaterales y multilaterales, a lo largo del tiempo ha suscrito tratados principalmente con sus socios tradicionales y algunos otros tendientes a la integración regional, sin embargo y pese a algunos esfuerzos diplomáticos hasta el 2013 no había logrado suscribir ninguno con algún país del continente asiático, los cuales han ganado una importante relevancia comercial y geoestratégica en los últimos años.

Con el objetivo de fortalecer sus relaciones, abarcar nuevos mercados de exportación y aumentar las oportunidades de inversión el 17 de Noviembre de 2009 se acordó el inicio de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Corea. Para la consecución de este acuerdo se llevaron a cabo siete rondas de negociación y cinco mini-rondas desde el año 2009 hasta el 2012, donde se trataron temas referentes a competencia, transparencia, comercio electrónico, servicios transfronterizos, trato nacional, aranceles, medidas no arancelarias, obstáculos técnicos al comercio, normas de origen, movimiento de factores, inversión, servicios, entre otros. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014)

Finalmente el acuerdo se suscribió el 21 de Febrero de 2013, pero aún no ha entrado en vigencia, debido a que no ha sido aprobado por el congreso Colombiano.

## **2.3. Fundamentos institucionales**

Los gobiernos disponen de entidades e instituciones encaminadas a apoyar procesos productivos, comerciales y gremiales, a través de las cuales se busca soportar las necesidades del aparato empresarial del país, siendo instrumentos que faciliten la gestión empresarial.

### **2.3.1. Entidades Gubernamentales**

Con el fin de facilitar los procesos y relaciones comerciales y económicas enmarcadas en estos acuerdos, los gobiernos colocan a disposición de los interesados entidades especializadas en los aspectos tratados; a continuación se encuentra una reseña de las mismas, realizando un enfoque en las que tendrían relación directa con este proyecto:

#### **2.3.1.2. Entidades de promoción de exportación, inversión y turismo**

La diversificación de mercados y productos de exportación, la atracción de inversión y el posicionamiento del país como destino turístico son algunos de los objetivos de las entidades de promoción comercial de los países objeto de la investigación, a continuación una breve descripción de cada una de ellas.

**2.3.1.2.1. Proexport:** Es una organización asociada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, cuenta con una red nacional e internacional de oficinas ofreciendo apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios. Trabaja para la promoción y difusión de información útil para los empresarios interesados en invertir en el país, brinda también un acompañamiento constante a los inversores potenciales con herramientas como la organización de agendas de negocios y el acercamiento a los sectores públicos y privado del país. La entidad también busca impulsar el sector turístico brindando asesorías a los turistas extranjeros y corporativos, además cuenta con la plataforma de Inteligencia de Mercados de turismo emisor, herramienta que busca apoyar la inteligencia de mercado de los empresarios Colombianos. (Proexport Colombia, 2014)

**2.3.1.2.2. Kotra:** Es la Agencia Coreana de promoción de comercio e inversión, ha estado funcionando desde 1962, su fundación se derivó del primer plan económico de 5 años, el objetivo principal de la organización era encontrar nuevos mercados de exportación. En 1990 se agregó el enfoque de facilitación a la inversión. En la actualidad Kotra trabaja para la internacionalización de las empresas coreanas y atraer inversión extranjera. De la agencia se desprenden InvestKorea (apoya la entrada y el establecimiento de inversión extranjera en el país) y BuyKorea (Canal de compras de productos coreanos, herramienta de acercamiento entre el productor nacional y el comprador en el exterior). La agencia tiene como objetivo alcanzar USD\$ 2 Trillones en volumen de comercio para el 2020 y reforzar el apoyo a la promoción del país en el exterior. (Kotra, 2014)

**2.3.1.3. Oficinas aduaneras**

Entre sus funciones se destaca velar la protección de las fronteras, asegurar el cumplimiento tributario y aduanero, entre otras, a continuación se nombran las pertenecientes a cada país:

**2.3.1.3.1. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN):** Es una unidad administrativa cuyo propósito es “coadyuvar a garantizar la seguridad fiscal del Estado colombiano y la protección del orden público económico nacional, mediante la administración y control al debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras, cambiarias, los derechos de explotación y gastos de administración sobre los juegos de suerte y azar explotados por entidades públicas del nivel nacional y la facilitación de las operaciones de comercio exterior en condiciones de equidad, transparencia y legalidad.” (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, 2014)

**2.3.1.3.2. Servicio de Aduanas de Corea (KCS)** opera para “entregar protección efectiva a la economía, la frontera y al territorio aduanero nacional para una sociedad segura” (Korean custom service (KCS), 2014). Es considerada la cara de Corea al mundo, guardan a la nación permitiendo la entrada o la salida de mercancías solo cuando cumplen estrictamente con los estatutos aduaneros protegiendo así la economía nacional, previniendo el flujo de elementos que vayan en detrimento de la sociedad y los ciudadanos, promoviendo la legalidad en movimiento de mercancías y el tráfico de viajeros. La institución es la encargada de calcular y hacer recaudo de los impuestos a las mercancías.

#### **2.3.1.4. Ministerios**

**2.3.1.4.1. Ministerio de Comercio, industria y turismo,** “tiene como objetivo primordial dentro del marco de su competencia formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y

social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014)

**2.3.1.4.2. Ministerio de Comercio, industria y energía de Corea,** hace parte de la rama ejecutiva del gobierno nacional, es el ente encargado de la regulación de políticas económicas, específicamente del sector energético e industrial. También genera políticas para impulsar la inversión extranjera en el país.

#### **2.3.1.5. Otras Instituciones**

A continuación se realiza una reseña de otras instituciones que enmarcan el proceso investigativo del presente trabajo:

**2.3.1.5.1. Bancóldex:** Es un banco de segundo piso, para el desarrollo empresarial colombiano, que diseña y ofrece servicios financieros y no financieros, para aumentar la competitividad, productividad, crecimiento y desarrollo del sector empresarial del país. (Bancóldex, 2014)

**2.3.1.5.2. Cámara Colombo Coreana de Comercio e Industria:** Es un canal de apoyo institucional y logístico al fomento y facilitación de las actividades comerciales, culturales y de formación entre Colombia y Corea. (Cámara Colombo Coreana de Industria y Comercio, 2014)

**2.3.1.5.3. Red Cluster Colombia:** Iniciativa suscrita en 2013 por el Consejo Privado de Competitividad (CPC) y el Banco de Comercio Exterior (Bancoldex), con el fin de impulsar el proceso de transformación

productiva en las diferentes regiones del país. (Red Cluster Colombia, 2014)

#### **2.3.1.5.4. Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos**

**INVIMA:** Entidad encargada de promover y proteger la salud de la población, mediante la gestión del riesgo asociada al consumo y uso de alimentos, medicamentos, dispositivos médicos y otros productos objeto de vigilancia sanitaria. (Invima, 2012)

### **2.3.2. Entidades Gremiales**

<b>NOMBRE</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>PAGINA WEB</b>
Sociedad de Agricultores de Colombia SAC	La Sociedad de Agricultores de Colombia, fundada en 1871, es la máxima asociación gremial agropecuaria de carácter nacional, integrada por agricultores, ganaderos, piscicultores, silvicultores, profesionales de la producción rural, personas jurídicas del mismo carácter y las entidades gremiales constituidas por ellos. (Sociedad de Agricultores de Colombia, 2013)	<a href="http://www.sac.org.co/es/">http://www.sac.org.co/es/</a>
Asociación Hortofrutícola de Colombia Asohofrucol	La Asociación Hortofrutícola de Colombia - ASOHOFRUCOL - es una organización nacional de carácter gremial, fundada en 1995, como una sociedad agrícola sin ánimo de lucro y de derecho privado, consolidada con el firme propósito de fortalecer y dinamizar el desarrollo del subsector de frutas y hortalizas de Colombia. (Asociación Hortofrutícola de Colombia, 2012)	<a href="http://www.asohofrucol.com.co/">http://www.asohofrucol.com.co/</a>

*Tabla 5 Entidades gremiales*

## **2.4. Fundamentos conceptuales**

### **2.4.1. Cluster:**

Los clusters son concentraciones geográficas de empresas interconectadas, suministradores especializados, proveedores de servicios, empresas de sectores afines e instituciones conexas (por ejemplo, universidades, institutos de normalización, asociaciones comerciales) que compiten pero que también cooperan. En su carácter de masas críticas de inusual éxito competitivo en áreas de actividad determinadas, es una actividad característica de todas o casi todas las economías nacionales, regionales e incluso metropolitanas, en especial las de los países más avanzados” (Porter, 1990)

Partiendo de la definición aportada por Porter, se puede deducir que los Cluster más allá de ser una simple red de colaboración entre los elementos de una colectividad perteneciente a un específico sector económico, son una *herramienta de competitividad* fundamentada en los principios de cooperación en innumerables líneas de apoyo desde entornos empresariales, normativos, nacionales, económicos, estratégicos, organizacionales, entre otros. **Cluster horizontal – Cluster vertical:** “Los cluster[s] verticales son aquellos que reúnen industrias caracterizadas por relaciones de compra-venta. Mientras que los clusters horizontales incluyen empresas que comparten un mercado común para los bienes finales, o utilizan la misma tecnología o trabajadores, o requieren un recurso natural similar.”

(Porter, 1998)Fuente: Porter, M. (1990). The competitive advantage of the nations. New York: The Free Press.

Porter, M. (1998). Clusters and the new economics of competition, Harvard Business Review, November-December, 77-90.

### **2.4.2. Competitividad:**



Según el concepto acuñado por el foro económico mundial desde sus inicios y que aún prevalece vigente, la competitividad industrial “es una medida de la capacidad inmediata y futura del sector industrial para diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos logren formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es el mercado”, concepción acertada para efectos de esta investigación, a la que se le suma la caracterización, el desglose de la capacidad y en introspección se llegan a tocar factores que en esencia la consolidan. Las ventajas son las que en conjunto conforman la competitividad, como la ventaja comparativa.

#### **2.4.3. Cadena De Valor:**

Apoyado en la definición de porter, es un modelo teórico-gráfico que permite describir las actividades que en grupo forman una secuencia de producción de algún bien o servicio y permite identificar las oportunidades de optimización para fortalecer el proceso productivo mejorando los ingresos y haciendo la actividad más eficiente.

### **CAPITULO III. FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS**

#### **3.1. Tipo de Investigación**

La naturaleza de la investigación aquí presentada es exploratoria, cuando no hay investigaciones anteriormente desarrolladas sobre el objeto de estudio, o cuando no se dispone del conocimiento o este es vago y no es preciso, no es posible llegar a conclusiones relevantes y debidamente sustentables, es en este tipo de casos que se debe recurrir a este tipo de investigación

Según la lección 6 del documento de técnicas de investigación publicado por la Universidad Nacional Abierta y a Distancia en su biblioteca virtual, para explorar un tema relativamente desconocido se tiene un amplio espectro de medios y técnicas para recolectar información en diferentes campos de la ciencia como son la revisión bibliográfica especializada, entrevistas y cuestionarios, observación participante y no participante y seguimiento de casos.

La fuente mencionada en el anterior párrafo diserta de la siguiente forma acerca de este tipo de investigación:

La investigación exploratoria terminará cuando, a partir de los datos recolectados, haya sido posible crear un marco teórico y epistemológico lo suficientemente fuerte como para determinar qué factores son relevantes al problema y por lo tanto deben ser investigados.

En pocas ocasiones los estudios exploratorios constituyen un fin en sí mismos, establecen el tono para investigaciones posteriores y se caracterizan por ser más flexibles en su metodología, son más amplios y dispersos, implican un mayor riesgo y requieren de paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador. El estudio exploratorio se centra en descubrir. La investigación histórica y la investigación Documental son de tipo exploratorio.

La investigación histórica trata de la experiencia pasada, describe lo que era y representa una búsqueda crítica de la verdad que sustenta los acontecimientos pasados. El investigador depende de fuentes primarias y secundarias las cuales proveen la información y a las cuáles el investigador deberá examinar cuidadosamente con el fin de determinar su confiabilidad por medio de una crítica interna y externa. En el primer caso verifica la autenticidad de un documento o vestigio y en el segundo, determina el significado y la validez de los datos que contiene el documento que se considera auténtico.

A partir de los estudios exploratorios se generan las investigaciones Descriptivas, donde se seleccionan una serie de conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas

(Universidad Nacional Abierta y a Distancia, 2012)

### **3.2. Método de investigación**

La obtención de datos se realizó mediante la revisión y la consulta de fuentes de información confiables, verídicas y oficiales; la investigación se soportó especialmente en informes, artículos, documentos y estudios publicados por entidades gubernamentales nacionales y de otros países como los Ministerios de Agricultura y Desarrollo Rural, Comercio, Industria y Turismo, El Banco de la república, El Ministerio de Economía de Chile, así como en Entidades Gremiales como Proexport, Asohofrucol, Fundación del mango y ProEcuador. También se hizo uso de repositorios de información de la Organización de alimentos y Agricultura (FAO) de la ONU, Trade Map del International Trade Center y la base de datos de Legiscomex entre otros.

La información analizada en el documento ha sido procesada, redactada y presentada con las debidas normas de reconocimiento de autoría según lo establecido por la última publicación de Normas APA, aplicadas con la herramienta dispuesta por Word.

### **Alcance**

La presente investigación de mercado es de carácter exploratorio, no pretende dar seguimiento a ningún caso práctico, sino constituir un punto de referencia sobre el desarrollo de la oportunidad en el mercado, por lo cual no garantiza que todas las empresas que lo tomen como base para un desarrollo de negocio alcancen los resultados aquí planteados debido a que esta supedita a variables dependientes a cada caso en particular.

## **CAPITULO IV. HALLAZGOS**

Con el objetivo de identificar la viabilidad de la producción de conservas de mango en el marco de un cluster empresarial en Colombia, para luego ser exportado a Corea del Sur aprovechando el acuerdo suscrito, en el presente capítulo se encuentran los hallazgos de la investigación de mercado exploratoria en virtud de la cadena productiva planteada.

**El cluster como oportunidad de negocios para aumentarla competitividad del sector agroindustrial Colombiano**

Colombia es un país históricamente agrícola gracias a sus vastas extensiones cultivables, el cual ha buscado migrar su aparato productivo al sector industrial y de servicios, con el objetivo de potenciar el crecimiento económico del país, todo esto se ha visto sustentado en gran número de legislaciones, programas y entidades para hacerlo posible.

Debido a su cultura los pequeños agricultores y empresarios Colombianos, son reacios a realizar asociaciones empresariales debido a la concepción de que estos son competencia y por tanto aprovecharan indebidamente la información suministrada; sin embargo este fenómeno no se replica en las grandes corporaciones del país, quienes cada vez tienen más a los clusters como oportunidad para potenciar sus ventajas comparativas, compartir buenas prácticas y aumentar su competitividad en el mercado, lo cual se refleja en su crecimiento constante, renovación continua, altos índices de investigación y desarrollo y por tanto mayores márgenes de rentabilidad.

Una fuente para potenciar la competitividad empresarial, es la realización de clusters como vía estratégica para aprovechar las ventajas comparativas de los mismos, gracias a asociaciones empresariales en las que siendo socios estratégicos agricultor y productor pueden alcanzar precios más competitivos, mejores técnicas de producción y economías de escala que derivan en la disminución de costos fijos y por tanto el aumento de la rentabilidad.

#### **4.1. Análisis del Insumo: Mango**

El primer eslabón a analizar es el mercado del mango a nivel de Colombia, debido a que este es el insumo para el proceso productivo y finalmente obtención del alimento procesado.

##### **4.1.1. Caracterización del producto**

Originario del sur de Asia, especialmente de la India oriental, Birmania, y las Islas Andamán, el mango es una de las frutas más consumidas a nivel mundial; la planta que prospera especialmente en tierras bajas tropicales cuenta con infinidad de

variedades, tan solo en Colombia se identificaron 82 posibles variedades locales en 2009 según el boletín técnico “Descripción de las Variedades de Mango Criollo Colombiano” publicado por Corpoica. Se especula que la basta cantidad de variedades del fruto es producto de la adaptación de la planta desde que inició su proceso de expansión geográfica en el siglo V y VI A.C (Parrotta, 1993) , la diversificación de métodos de cultivo y manipulación de la información genética vegetal (Fundación Produce Sinaloa, 2012). Actualmente las clases de mango más consumidas son:

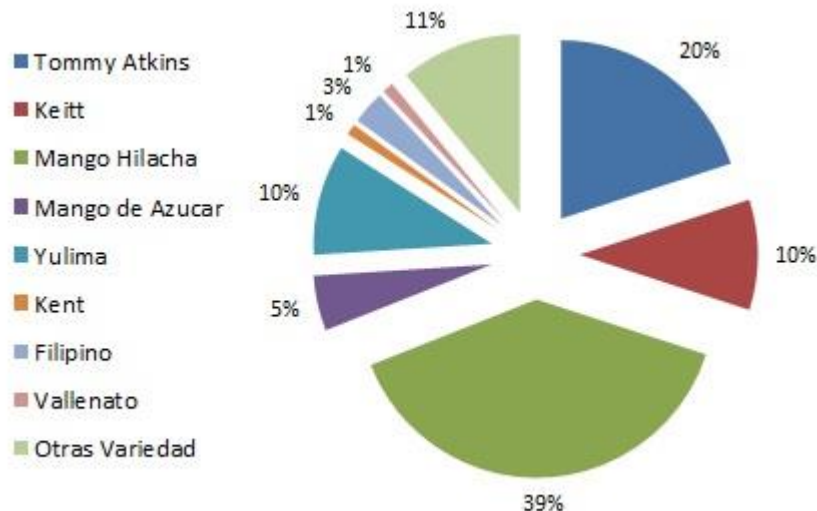
- **Ataulfo:** Tiene una semilla muy pequeña, así que la relación de pulpa a semilla es alta. Su característica más destacada es su sabor dulce y cremoso con una pulpa suave y firme, sin fibra. Es de color amarillo brillante y su disponibilidad se da especialmente de marzo a Julio. El principal productor de esta variedad es México.
- **Francis:** El sabor de su pulpa fibrosa, blanda y jugosa es especiado y dulce. Suele ser amarillo con matices verduscos. Su disponibilidad es de Mayo a Julio y los principales productores son China, India y Haití.
- **Haden:** Esta variedad inspiró el nacimiento de la industria de mango a gran escala en el sur de la Florida, su sabor cremoso y con matices aromáticos se puede disfrutar especialmente en los meses de Abril y Mayo. El principal país fuente es México seguido por U.S.A.
- **Keitt:** Goza de popularidad en Asia donde es principalmente consumido en la etapa anterior a la maduración plena. Su sabor al momento de la recogida es Dulce y afrutado, su pulpa es firme y carece de fibra. Las principales fuentes de producción están en México, U.S.A, China y Tailandia. Se da en Agosto y Septiembre.
- **Kent:** Variedad originaria de la Florida, es especialmente utilizado en la producción de jugo y mango deshidratado. Es dulce y cremoso con una

pulpa jugosa y tierna con poca fibra. Tiene dos temporadas de disponibilidad, Enero a Marzo y Junio a Agosto. Los principales productores son Ecuador, México y Perú.

- **Tommy Atkins:** Es la variedad de mango más comercial en el mundo, su pulpa firme y fibrosa es apetecida en Latinoamérica, Europa y Asia consumiéndose principalmente en su forma natural, sin procesamiento. La disponibilidad pico de este fruto es de Marzo a Julio y de Octubre a Enero. Sus principales productores son: México, Guatemala, Brasil, Ecuador y Perú.  
(The National Mango Boards, 2014)

Otras variedades son la Mulgoba, Amini, Pairi, Camboyan y Sansersha.

Las variedades más populares cultivadas en Colombia son Mango Hilacha (39%), Tommy Atkins (20%), Keitt (10%), Yulima (10%) y Mango de Azúcar (5%).



*Grafica 6 Distribución Nacional de Variedades de Mango (Asohofrucol, 2013)*

En el mercado nacional se encuentran 16 variedades de mango, estas se pueden dividir en dos, los mangos criollos (Común, Mariquiteño, Chancleto, Vallenato, de azúcar, entre otros) y los frutos mejorados que se originan de la Florida (Tomy

Atkins, Keitt, Yulima, Kent, Haden, etc.), a continuación la descripción de algunos de ellos:

- **Yulima:** Es de cáscara amarillo con rojo intenso, de carne blanda y poco fibrosa vulnerable al ataque de la mosca de la fruta y hongos como el antracnosis. No es muy popular en el mercado internacional por su intenso sabor ácido por sus altos niveles de trementina. Es considerado variedad de mesa (Que no es autóctona, se ha introducido a los cultivos del país y suelen provenir de la Florida). Es cultivado especialmente en el Tolima y el Cesar
- **Azúcar:** Tiene una cáscara lisa de color verde – amarillo o amarillo – rojizo, es un fruto pequeño de unos 6 a 7 centímetros, fibroso y dulce. Se da especialmente en la región del Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Huila, Magdalena y Tolima.
- **Vallenato:** Principalmente se produce en el Cesar, es un fruto casi redondo de color verde y rojo, de semilla pequeña y pulpa dura, dulce y poco fibrosa.
- **Mariquiteño:** Esta variedad es muy conocida por si consumo fresco, es de cáscara amarilla con pecas oscuras y superficie adherente, algo ondulada. Sabor dulce y jugoso con pulpa fibrosa y semilla grande. Se encuentra especialmente en el Tolima.

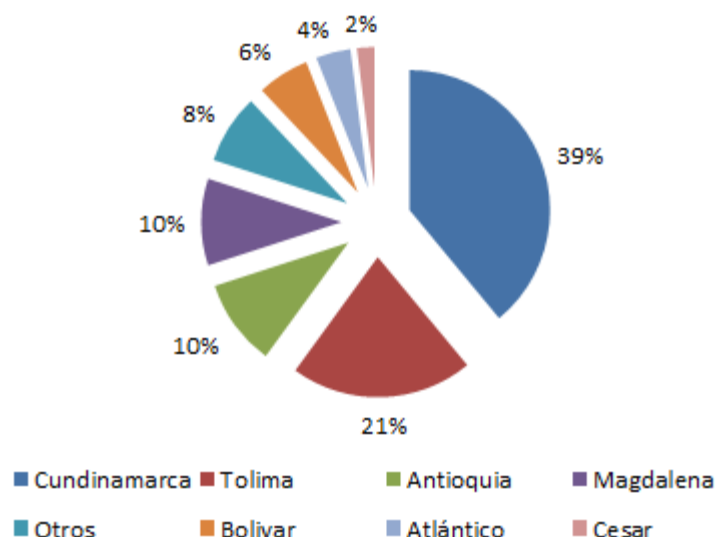
(Corpoica y Asohofrucol, 2013)

#### **4.1.2. Distribución geográfica de la producción**

En virtud a lo publicado por Asohofrucol en el documento “Situación actual y perspectivas de la cadena productiva del mango en Colombia” (2012), La mayoría de la producción de mango en el territorio nacional está en Cundinamarca representando el 39% del total cultivado, seguido por Tolima con un 21%, Antioquia



y Magdalena con un 10% cada uno, Bolívar con un 6%, Atlántico y Cesar con 4% y 2% respectivamente, quedando el 8% restante en otros municipios.



*Grafica 7 Organización Departamental del Área en Producción de Mango (Asohofrucol, 2012)*

Entre el 2011 y el 2012 se observó un crecimiento significativo en los cultivos de mango especialmente en el Tolima donde se duplicaron los rendimientos de la cosecha, en 2012 el incremento en la producción se vio afectado por factores como la oleada invernal, situación que perjudicó la floración de las plantas de mango especialmente en el área andina. (Asohofrucol, 2012)

La composición de la cadena Regional de Producción de Mango en Colombia está integrada de la siguiente manera:



*Ilustración 2 Composición regional de la cadena de mango (Asohofrucol, 2012)*

En el territorio nacional, los principales actores en la cadena de producción del mango son: 11 Municipios Productores, 454 Productores, 8 Agroindustrias, 10 entidades de apoyo, 68 comerciantes y exportadores.

<b>Año</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Hectáreas cultivadas</b>	17953	19608	18680	21152	23624
<b>Producción en Toneladas</b>	184814	239127	201026	256473	311920
<b>Toneladas por Hectárea</b>	10,4	12,2	10.8	5.5	12.1

*Ilustración 3 Producción Nacional (Asohofrucol, 2012)*

#### **4.1.3. Colombia y el comercio exterior del Mango**

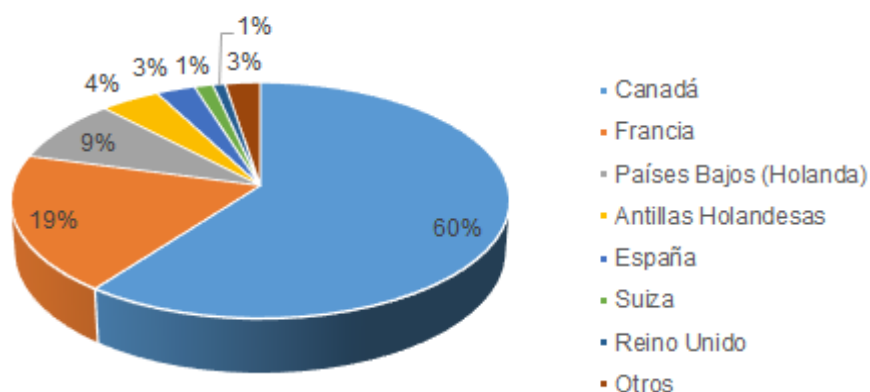
<b>Partida Arancelaria</b>	080450
<b>Descripción</b>	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos
<b>Principales socios importación Colombia</b>	1. Ecuador 2. Perú 3. Tailandia
<b>Colombia importa desde el mundo</b>	1.263
<b>Principales socios exportación Colombia</b>	1. Canadá 2. Francia 3. Países Bajos (Holanda)
<b>Colombia Exporta al mundo</b>	665
<b>Participación importaciones</b>	92%

<b>Colombia</b>	
<b>Participación exportaciones Corea</b>	3%

Valores expresados en miles de Dólares\*

*Tabla 6 Comercio exterior del mango en 2013 (International Trade Centre, 2014) Fuente: Diseño propio*

El mango colombiano en el exterior es principalmente comprado por Canadá, en el 2013 se exportaron 155 toneladas por un valor de 400 mil USD, seguido de Francia con 126 mil USD, Países Bajos con 58 mil USD, Antillas Holandesas con 29 mil USD y España, Suiza y Reino Unido con exportaciones de 19, 9 y 6 mil USD respectivamente. Aruba, Suecia, Alemania, Federación de Rusia, Japón y Bélgica conforman los otros compradores del producto agrícola sumando mancomunadamente adquisiciones por 17 mil USD.



*Grafica 8 Principales compradores de Mango Colombiano en 2013 (International Trade Centre, 2014)*

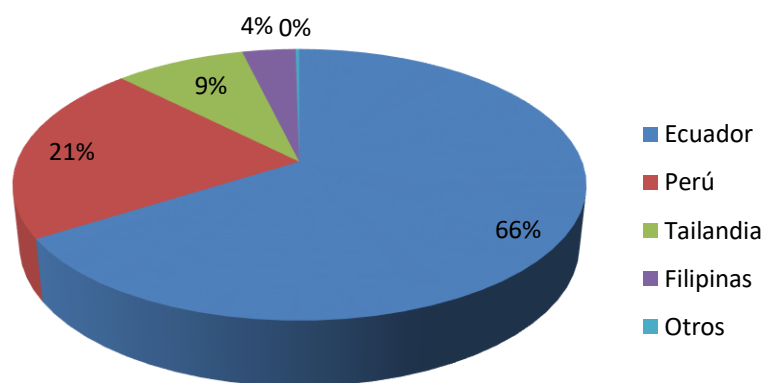
<b>Año</b>	<b>Cantidad (Toneladas)</b>	<b>% Crecimiento cantidad</b>	<b>Valor exportado</b>	<b>% Crecimiento valores</b>
2013	224	157,47%	665	90,5%

2012	87	-82,49%	349	-56,8%
2011	497	32,18%	807	4,3%
2010	376	88%	774	50%

Valores expresados en miles de Dólares\*

*Tabla 7 Exportaciones de Mango Colombiano (International Trade Centre, 2014) Fuente: Diseño propio*

Las importaciones de mango están encabezadas por Ecuador representando un 66% de las compras de mango al exterior el año pasado, el vecino país exportó a Colombia un total de 835 mil USD en mango, ingresando principalmente por Ipiales de modo terrestre. Perú es el segundo principal exportador de mango al país con un total de 271 mil USD vendidos, seguido por Tailandia con 110 mil USD y Filipinas con 45 mil USD. Los demás socios exportadores son Bolivia, México y USA, de los cuales Colombia importó 3 mil USD en conjunto.



*Grafica 9 Principales proveedores de Mango a Colombia 2013 (International Trade Centre, 2014) Fuente: Diseño propio*

Año	Cantidad (Toneladas)	% Crecimiento cantidad	Valor exportado	% Crecimiento valores
2013	11.530	-12,2%	1.263	11,1%
2012	13.132	0%	1.137	-13,8%
2011	13.132	35,73%	1.319	43,7%

2010	9.675	32,94%	918	65,1%
------	-------	--------	-----	-------

Valores expresados en miles de Dólares\*

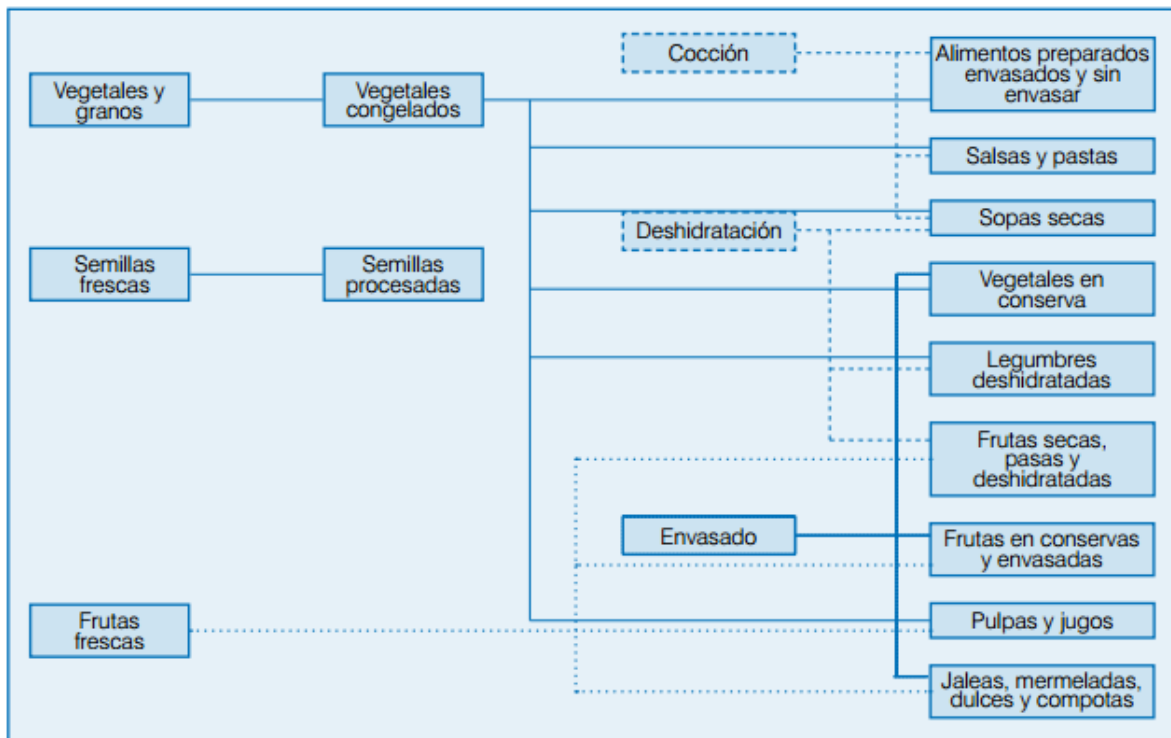
*Tabla 8 Importaciones Colombianas de Mango (International Trade Centre, 2014) Fuente: Diseño propio*

La relación exportación - importación de mango en Colombia del pasado 2013 es de -598 mil USD (haciendo una sustracción entre X y M anual), resultado que demuestra la situación deficitaria del comercio internacional del producto. A pesar de lo anterior, como se puede apreciar en las Tablas 7 y 8 se presentó un crecimiento significativo en las exportaciones del insumo el año pasado alcanzando un incremento de un 90,5%, señal inequívoca de recuperación ante la contracción que se presentó en las exportaciones de 2012.

#### **4.1.4. Cadena de Valor**

Para realizar un análisis de la actividad productiva en el sector hortofrutícola en Colombia, es necesario hacer uso de una herramienta que permita ver las generalidades de los procesos relacionados con el procesamiento de los cultivos (dejando de lado la simple comercialización de los estos después de su recolección). La Teoría de “Cadenas de Valor” propuesta por Porter en su libro “Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors” publicado en 1980, permite desglosar un proceso en las etapas que lo compone dando la posibilidad de analizar cada eslabón de manera aislada, en subconjuntos o como estructura integral, ejercicio principalmente realizado para identificar fuentes de ventaja competitiva en las actividades generadoras de valor. (Ayala Ruiz & Arias Amaya , 2011) Para efectos de esta investigación, se hará uso de la cadena de valor como la aproximación al procedimiento general de procesamiento de frutas y verduras, posteriormente enfocándose en la producción de frutas procesadas con el cluster (agricultor – procesador) propuesto.

La cadena de valor del sector hortofrutícola y de alimentos procesados comprende la producción de bienes de origen agropecuario como frutas frescas, vegetales y granos y la transformación de los mismos: jugos, enlatados, mermeladas,



compotas, pulpas y salsas. Se han identificado diecisiete eslabones que conforman la cadena. El detalle productivo es inherente al bien que se elabore. (Incoderm, 2007)

*Ilustración 4 Estructura simplificada de la cadena de valor / sector hortofrutícola (Incoderm, 2007)*

El proceso de eslabonamiento de la cadena de valor del sector en Colombia se divide en:

**Producción y Recolección del Insumo:** Incluye la producción de frutas y hortalizas, y todos los procesos relacionados para el crecimiento y la cosecha de

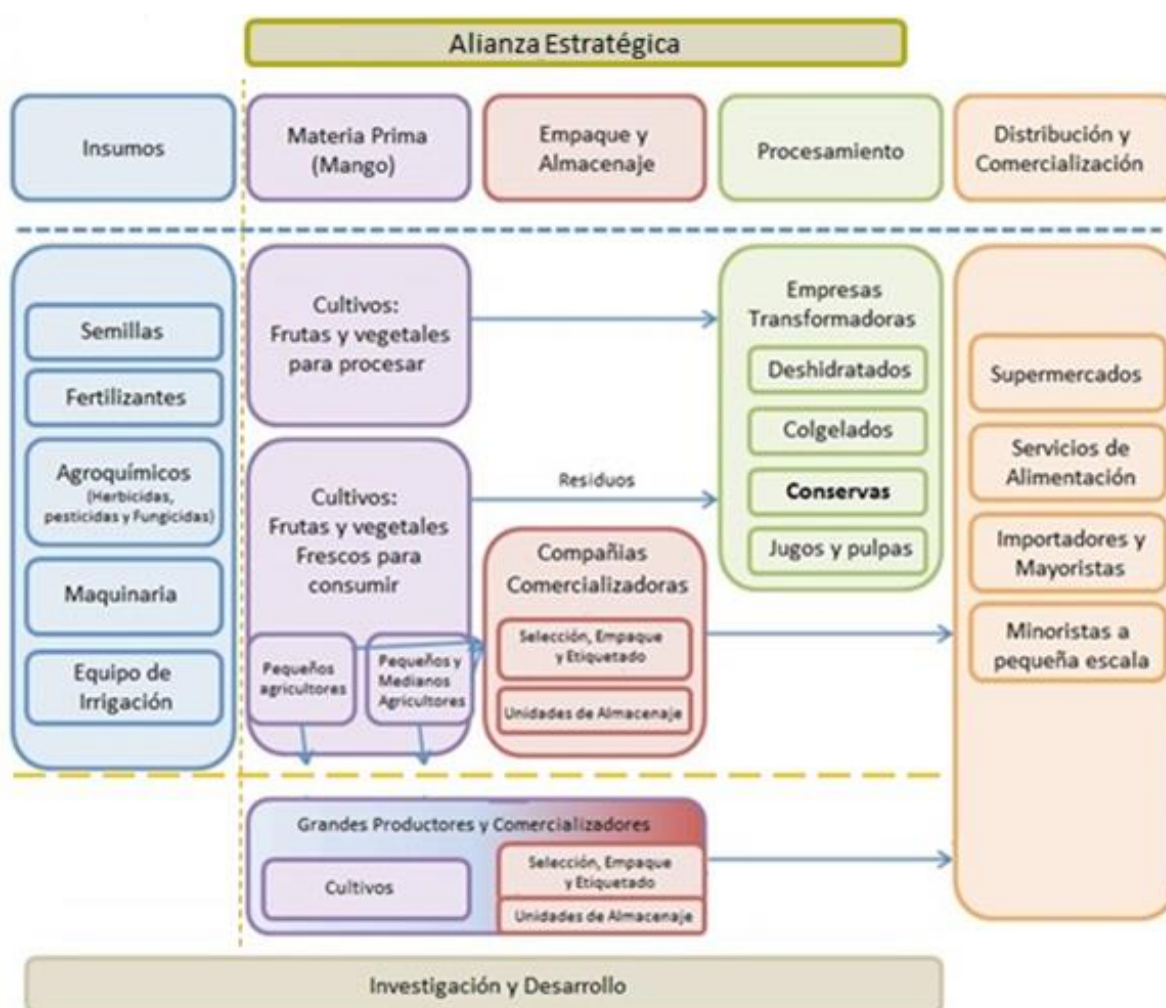
los productos, tales como la siembra, la poda, la fumigación y la cosecha. (Duke, Center on globalization, governance and competitiveness, 2011)

- **Selección:** en esta etapa se inspecciona la materia prima con el fin de desechar todo producto que se encuentre en malas condiciones y separar cualquier cuerpo extraño. Por su parte, en la producción agroindustrial se identifican cuatro etapas: recolección, producción, distribución y comercialización. El interés del proceso productivo es transformar las materias primas en productos como jugos, mermeladas, concentrado de frutas, frutas al jugo, vegetales enlatados, compotas, frutas y vegetales deshidratados. Esta cadena se caracteriza por la gran heterogeneidad que se presenta tanto en los procesos como en el producto final. En particular, el proceso productivo para los bienes manufacturados de esta cadena comprende principalmente tres grandes etapas: cocción, deshidratación y envasado.
- **Lavado:** consiste en la eliminación de todo tipo de impurezas y sustancias tóxicas en del producto. Se sumerge previamente la fruta en una solución acuosa con agentes limpiadores durante un tiempo requerido para ablandar toda suciedad adherida a la parte externa. Este lavado puede llevarse a cabo por inmersión o por aspersión (rociado).
- **Cocción:** consiste en la introducción de la materia prima en agua caliente o en su exposición al vapor vivo, para inhibir la acción enzimática que causa reacciones de oxidación y sirve como limpieza adicional del producto; adicionalmente, fija el color natural en algunos de ellos.
- **Deshidratación:** consiste en extraer el agua a la fruta.
- **Envasado:** el producto se envasa en recipientes apropiados, ya sea en latas de acero estañado, botellas de vidrio o plástico, recipientes mixtos de cartón aluminio o de cartón. En el caso de las conservas, se debe adicionar un

medio de cobertura, de acuerdo con la madurez y variedad de la fruta que se está envasando (generalmente jarabe de azúcar).

(Incoderm, 2007)

A continuación un zoom a los eslabones especialmente concernientes al procesamiento de fruta. En el siguiente cuadro se encuentra ya propuesta la alianza estratégica entre productor agrícola y procesador industrial.



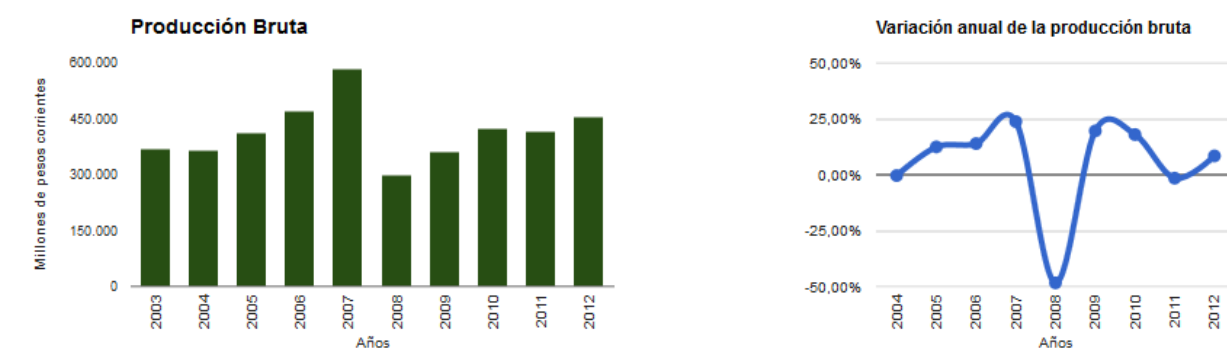
*Ilustración 5 Zoom cadena de valor del procesamiento de Frutas (Duke, Center on globalization, governance and competitiveness, 2011)*



## 4.2. Sector de frutas procesadas en Colombia

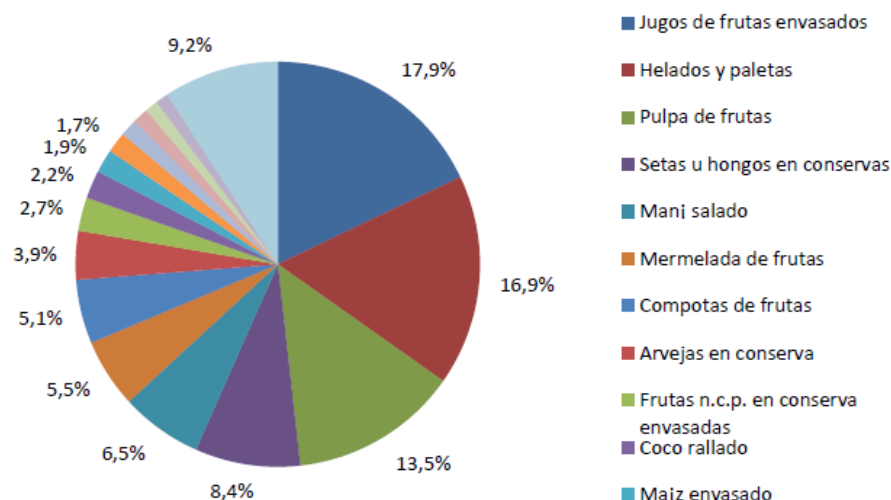
### 4.2.1. Producción

El sector agroindustrial colombiano es reducido aunque dinámico, el cual ha mantenido una tendencia de recuperación y crecimiento desde el 2008 donde presento una abrupta caída, evento coincidente con la crisis económica mundial de dicho año. Para el 2012 la producción fue de \$ 454.120.082 reflejando un incremento respecto al 2011 de 8,43 puntos porcentuales, representando el 0,23% de la industria nacional en 2012, en términos de valor agregado alcanzo un 0,15% en la misma referencia, gracias a un monto de \$189.205.202 en dicho periodo, jalonado por un total de 68 establecimientos (0,72%) y un personal productivo promedio de 3.259 trabajadores. (DANE, 2012)



*Gráfica 10 Producción Bruta y Variación de la producción bruta (DANE, 2012)*

La mayor participación en producción la generan en conjunto los jugos de frutas envasados, helados y paletas y pulpa de frutas significando un 48,3% de este sector; por su parte las frutas preparadas en conserva representan un 2,7% del sector.



*Grafica 11 Principales productos del sector en 2012 (DANE, 2012)*

Los sectores de productos sustitutos alcanzaron producciones mayores respecto a las frutas en conserva envasadas, siendo liderados por los jugos, pulpas, mermeladas y compotas, principalmente debido a que el mercado Colombiano no tiene una marcada tendencia de consumo de frutos enlatados.

#### **4.2.2. Consumo Intermedio**

El consumo intermedio se entiende por los bienes y servicios empleados para la producción de otros artículos; según la Encuesta Anual Manufacturera EAM 2012 del DANE para el sector industrial este indicador está dividido en primer lugar por el consumo de materias primas, materiales y empaques representando el 88,1% del valor, los trabajos realizados por terceros significan el 2,1%, los gastos por empresas de trabajo temporal absorben el 1,4% y finalmente el 8% restante es a razón de los demás costos (obsequios, muestras gratis de producto, honorarios y servicios técnicos, arrendamiento de bienes muebles e inmuebles, seguros, transporte, consumo de energía eléctrica, servicios públicos, mantenimiento y reparación de maquinaria y equipo). En la agroindustria hortofrutícola esta medición alcanza un total de \$264.915.006 para el año 2012, reflejando una disminución respecto al periodo inmediatamente anterior de 1,74%.

#### 4.2.3. Estructura productiva

En gran medida el procesamiento de alimentos en Colombia, se ubica alrededor de áreas urbanas, donde se encuentran los principales conglomerados industriales; la estructura empresarial del sector según el censo DANE del 2005 ubica a las microempresas como los principales productores alcanzando un 97,3%, seguidos por los pequeños empresarios con un 2,2%, en tercer lugar se posicionan las corporaciones medianas alcanzando un 0,3% y finalmente se encuentran las grandes industrias con el 0,2% restante.

La estructura de producción nacional se encuentra conglomerada principalmente en Bogotá, Valle del Cauca, Atlántico, Antioquia y Cesar, en el caso de la tierra vallecaucana cuenta con una privilegiada posición para el comercio exterior gracias a poseer el puerto marítimo más importante del país, Buenaventura, siendo este el principal canal de salida de mercancías con destino a Asia y Oceanía. (DANE, 2012)

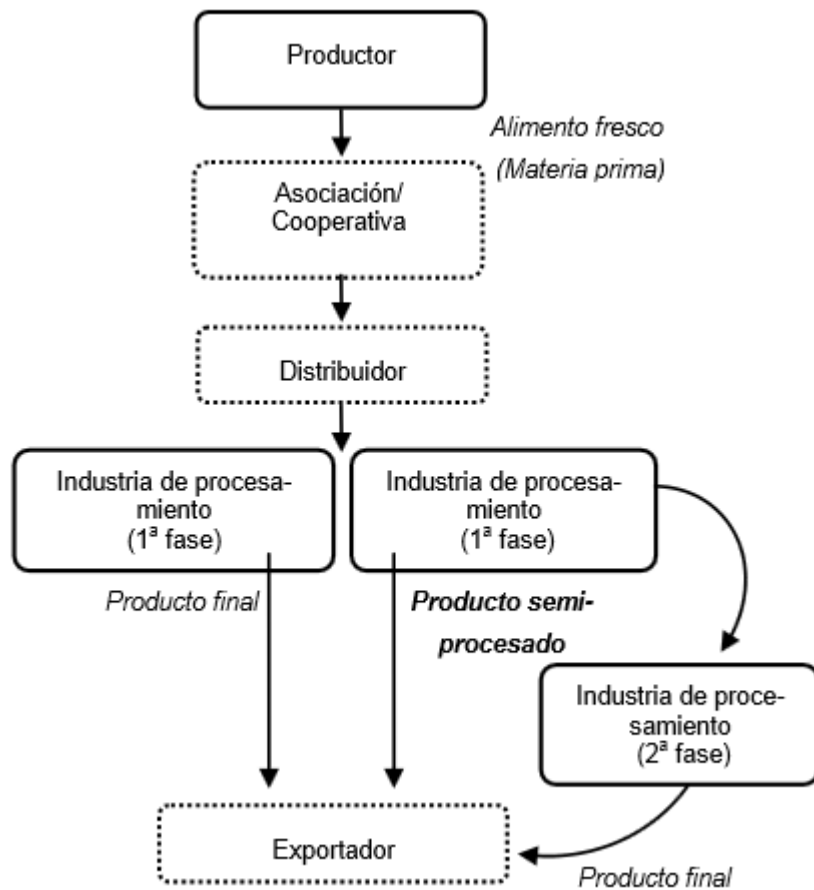
Las principales empresas productoras del sector son:

4. **Conservas California S.A.:** Compañía Colombiana existente desde 1950, especializada en producción de jugos, pastas, mermeladas, conservas, refrescos, salsas, néctares y agua. (Conservas California S.A. , 2014)
5. **Industrias la Coruña Ltda.:** Empresa de Postobón S.A. especializada en la importación, exportación, producción y comercialización de alimentos en conservas, encurtidos, salsas, néctares, aceites, entre otros. (Industrias la Coruña Ltda., 2014)
6. **Productora de Jugos S.A.S.:** Empresa especializada de en el procesamiento de pulpas de fruta, jugos y concentrados naturales proveedora de compañías en los cinco continentes. (Projugos, 2014)

7. **Doña Paula S.A.:** Empresa productora de conservas alimenticias dedicada especialmente al desarrollo, producción y comercialización nacional e internacional de productos étnicos. (Doña Paula, 2014)
8. **Mundiproduktos S.A.S.:** Empresa dedicada a la producción y comercialización nacional e internacional de conservas, enlatados, granos y endulzantes. (Mundiproduktos, 2014)
9. **Colombina S.A.:** Empresa especializada en la producción y comercialización de dulces, galletas, pasteles, salsas y conservas, helados, entre otros productos alimenticios. (Colombina Internacional, 2014)

#### **4.2.4. Canales de distribución**

Según el informe de Fortalecimiento de la Capacidad Comercial hacia los Países EFTA: Inteligencia de Mercados para Colombia – Alimentos Procesados, realizado por Osec Zurich, Business Network Switzerland - Proexport Colombia en 2012, la estructura de la industria de alimentos procesados en Colombia, inicia con el cultivo de la materia prima, para luego ser distribuida y finalmente procesada. Debido a que muchas compañías tienen proveedores de todo el país, requieren una red de distribución robusta capaz de soportar la demanda, por otro lado algunos productores cuentan con contacto directo con los proveedores, realizan el contacto a través de asociaciones o poseen su propio cultivo.



*Ilustración 6 Canales de distribución de la industria de alimentos procesados en Colombia (Osec Zurich, Business Network Switzerland - Proexport Colombia, 2010)*

Algunas compañías procesan sus productos para convertirlos en materias primas para otras industrias, o realizan la primera fase productiva y luego el bien pasa a manos de un segundo empresario el cual finaliza su proceso. En materia de exportaciones, dependiendo del tamaño de la corporación, su experiencia en comercio exterior y logística, realizan el proceso de distribución internacional de manera directa o por medio de un agente intermediario quien se responsabiliza de esto. (Osec Zurich, Business Network Switzerland - Proexport Colombia, 2010)

#### **4.2.5. Legislación y normas técnicas**

La ley 09 de 1979 regula el procesamiento, empaque, almacenamiento, transporte, medidas sanitarias, importación y exportación de productos alimenticios en Colombia. Contiene los aspectos legales y técnicos del ámbito sanitario, en materia de prevención y regulación con el fin de proteger la salud.

El gobierno nacional ha emitido varios decretos y reglamentaciones en el marco de esta ley, a continuación se relacionan las más importantes en materia de alimentos procesados:

<b>Resolución 14712</b> <b>Octubre 12 de 1984</b>	Por la cual se reglamenta lo relacionado con producción, procesamiento, transporte, almacenamiento y comercialización de vegetales como frutas y hortalizas elaboradas.
<b>Resolución 243710</b> <b>Septiembre 30 de 1999</b>	Mediante la cual se fijan pautas sobre las etiquetas, empaques y rótulos, el uso de sticker y autorizaciones de agotamiento de empaques.
<b>Resolución 3992</b> <b>Octubre 2 de 2013</b>	Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las frutas y las bebidas con adición de jugo (zumos) o pulpa de fruta o concentrados de fruta, clarificados o no, o la mezcla de estos que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional.
<b>Decreto 539 de 2014</b>	Por el cual se expide el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir los importadores y exportadores de alimentos para el consumo humano, materias primas e insumos para alimentos destinados al consumo humano y se establece el procedimiento para habilitar fábricas de alimentos ubicadas en el exterior.

La norma técnica Colombiana NTC 695 del 16 de Octubre de 2013, expedida por el Instituto colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC), tiene por

objeto establecer los términos y definiciones generales de las frutas, legumbres y hortalizas procesadas para consumo humano. (ICONTEC, 2013)

La inspección, supervisión, vigilancia en salud de los temas técnicos y científicos, control de la producción, procesamiento y seguridad en importación y exportación de alimentos y materias primas está a cargo del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima), de acuerdo con las leyes 100 de 1993 y 1122 de 2007.

#### **4.2.6. Colombia y el comercio exterior de las conservas de Mango**

El comercio conservas de frutas binacional es históricamente incipiente, pero no por tanto menos importante. A continuación se presenta la estructura del comercio para la partida específica de mangos en conserva:

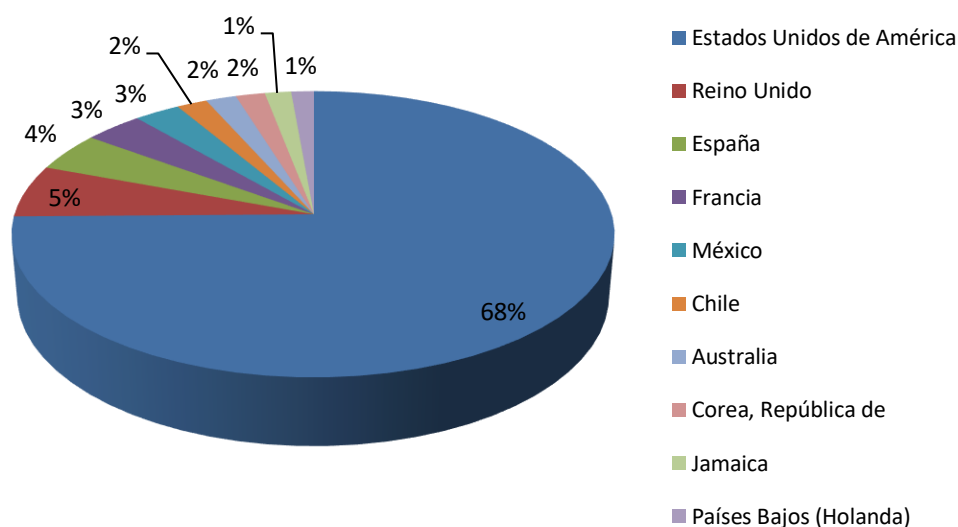
<b>Partida Arancelaria</b>	<b>200899</b>
<b>Descripción</b>	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Los demás, incluidas las mezclas (excepto las mezclas de la subpartida 2008.19): Los demás: Mangos
<b>Principales socios importación Corea</b>	1. China 2. Estados Unidos 3. Tailandia
<b>Puesto Colombia</b>	23
<b>Principales destinos de Exportación Colombia</b>	1.Estados Unidos 2.Reino Unido 3. España
<b>Puesto Corea</b>	8

<b>Corea importa desde el mundo</b>	77.719
<b>Colombia exporta a Corea</b>	485
<b>Participación importaciones Corea</b>	0,6%
<b>Colombia exporta al mundo</b>	29.762
<b>Participación exportaciones Colombia</b>	1,6%

Valores expresados en miles de Dólares\*

*Tabla 9 Comercio exterior Colombia-Corea de conservas de fruta 2013 (International Trade Centre, 2014) Fuente: Diseño propio*

Al igual que la gran parte de la canasta exportadora Colombiana, los principales destinos de los mangos en conserva en 2013 fueron los socios tradicionales del país, siendo el principal comprador Estados Unidos, acaparando un 75% de las salidas, por su parte Reino Unido, España y Francia alcanzan un 13%; Corea se ubicó para el octavo lugar significando un 2% del mercado.



*Gráfica 12 Principales destinos de exportación Colombia 2013*

*(International Trade Centre, 2014) Fuente: Diseño propio*

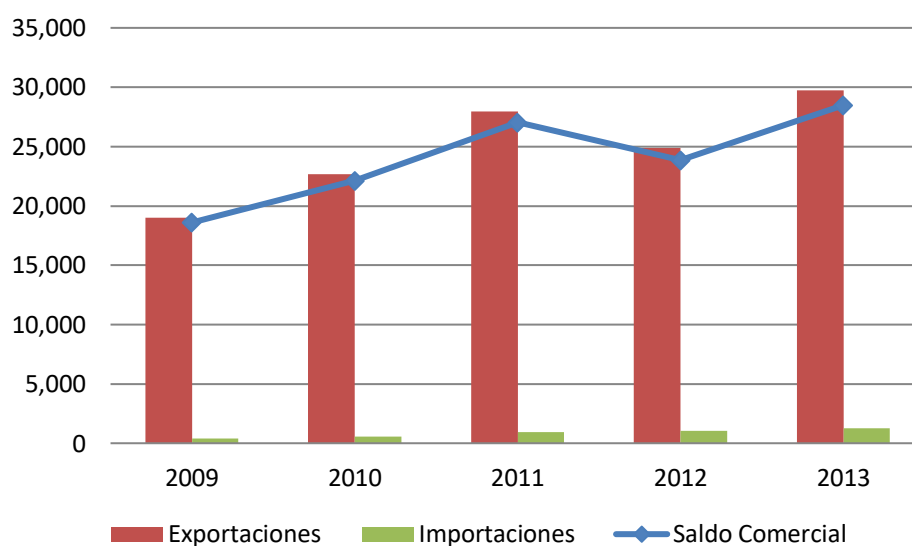
Para el año 2013 Colombia importó un total de USD 1.275 (152 toneladas) de la partida 200899, representando una tasa de crecimiento del 64% frente al periodo



anterior; el país cafetero ocupa el lugar 64 en la posición relativa de compras mundiales de este producto, lo anterior significa un 0,06% del mercado, lo anterior refleja que la nación no es uno de los principales compradores de este producto.

El principal proveedor es Estados Unidos dueño del 35.9% del mercado, cabe anotar que también es el principal destino de las exportaciones de esta partida, en segundo lugar se encuentra Tailandia con una cuota del 12,8%, seguido con un 10,9% por China.

La balanza comercial colombiana para el mango preparado en conserva es superavitaria, tendencia constante en los últimos años, para el año 2013 el saldo fue de USD 28.483, esto refleja que el país cuenta con una ventaja en temas comerciales para este producto, contando con una capacidad exportadora importante y que en la actualidad es pequeña



*Grafica 13 Balanza Comercial mango en conserva Colombia 2013*

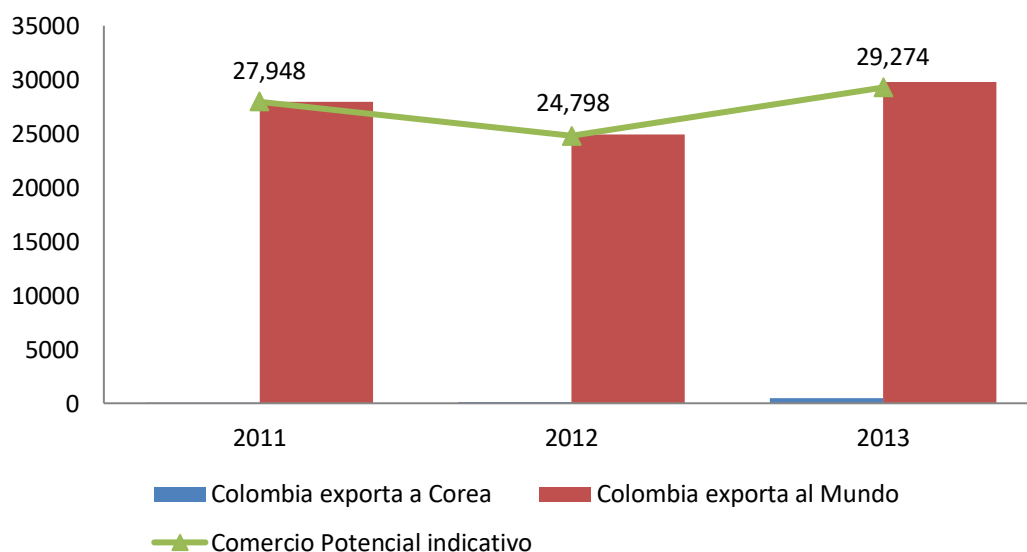
*(International Trade Centre, 2014) Fuente: Diseño propio*

La balanza comercial por país de origen se encuentra liderada por Estados Unidos, quien para el año 2013 alcanzo un saldo de USD 20.161, representando un 70% del superávit total y una tasa de crecimiento del 19% frente al periodo anterior; de otro lado Reino Unido ocupa el segundo lugar en valores alcanzando los USD

1.603 y representando un 6% de la diferencia, el tercer y cuarto lugar pertenecen a un España y Francia respectivamente, con USD 997 (4%) y USD 973 (3%) cada uno.

### 4.3. Indicadores de Comercio

El comercio potencial entre las naciones se entiende como la diferencia entre el total de las exportaciones a un país en específico y las salidas al mundo del mismo producto. Entre Colombia y Corea este indicador ha presentado una tendencia de crecimiento desde el año 2011, para el 2013 ascendió a 29.274 USD; lo anterior evidencia la capacidad Colombiana de aumentar su oferta exportadora al país asiático, potencialidad que se ve maximizada gracias al acuerdo bilateral entre las dos naciones, donde los cafeteros buscan aumentar sus egresos de bienes agroindustriales al ser altamente demandados, mientras su contraparte propende por sectores industriales como el automotriz.



*Grafica 14 Comercio potencial indicativo de conservas de fruta*

*(International Trade Centre, 2014) Fuente: Diseño propio*

El patrón de comercio es un indicador que evalúa las exportaciones de un país con respecto al peso de las mundiales. Por tanto cuando una nación exporta más

proporcionalmente que el mundo, se considera que cuenta con una ventaja comparativa. Para la normalización del análisis de este índice, se propone que este oscile entre 1 y -1, posibilitando al umbral de 0,33 como medición de ventaja y -0,33 de desventaja. (Lima & Álvarez, 2009). El cálculo se realiza de la siguiente forma:

$$IVCR: \frac{\left[ \frac{Xia}{Xa} \right] - 1}{\left[ \frac{Xia}{Xa} \right] + 1}$$

*Ecuación 1 Indicador de la ventaja comparativa revelada*

Xia: Exportaciones totales del bien i por el país A

Xa: Exportaciones totales del país A

Xiw: Exportaciones mundiales del bien i

Xw: Exportaciones totales mundiales

Cifras en dólares

$$IVCR: \frac{\left[ \frac{29.759}{\frac{58.821.870}{2.709.238}} \right] - 1}{\left[ \frac{29.759}{\frac{58.821.870}{2.709.238}} \right] + 1} = \frac{2,3602}{4,3602} = 0,54$$

El resultado revela una fuerte ventaja comparativa al superar el umbral de 0,33, es importante resaltar que generalmente los productos agrícolas se ubican entre 0,54 y 0,70; en virtud de lo anterior se reflejan las grandes oportunidades de los industriales para aumentar su competitividad.

#### **4.4. Condiciones de ingreso al mercado Coreano**

A partir de lo investigado, en este punto se presentaran los principales aspectos que se deben tener en cuenta para el ingreso de las conservas de mango al mercado coreano, estudiados los puntos de vistas aduaneros, comerciales y de costos.

#### **4.4.1. Acceso al mercado Coreano**

Con la firma del Tratado de Libre comercio entre Colombia y Corea, los gobiernos acordaron facilitar el acceso de mercancías a sus respectivos mercados, disminuyendo las barreras arancelarias y no arancelarias además de los obstáculos técnicos, sin embargo los países deben proteger su industria y a sus habitantes, por lo que se siguen aplicando dichas medidas aunque de forma más laxa; al tratarse de un producto alimenticio las regulaciones son fuertes debido a que estos impactan directamente en la salud y bienestar de la población.

##### **4.4.1.1. Barreras arancelarias**

Con la firma del acuerdo bilateral, la tasa arancelaria se redujo en 38 puntos porcentuales, lo cual repercute positivamente en los costos de la mercancía, aumentando su competitividad en el mercado coreano.

<b>Partida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Arancel sin acuerdo</b>	<b>Arancel con acuerdo</b>
2008999000	Otros	45	7

*Tabla 10 Tasas arancelarias en Corea (Tratado de Libre Comercio entre la República de Colombia y la República de Corea, 2013)*

Además del arancel el gobierno Coreano también cobra el impuesto sobre el valor agregado IVA, el cual tiene una tasa del 10%.

##### **4.4.1.2. Barreras no arancelarias**

- Con el objetivo de garantizar la procedencia del bien, el producto debe contar con un certificado de origen, en el caso de la partida 200899 el criterio aplicado es un cambio desde cualquier otro capítulo, excepto el 07 o 08.

Para las mercancías que no son totalmente obtenidas en el territorio nacional, se deben cumplir medidas específicas, como por ejemplo que el bien no constituya una simple mezcla con azúcar, que realice salto de nomenclatura arancelaria, entre otros. (Gobierno de la República de Colombia, 2013)

- El etiquetado de los productos, exige contar con traducción al coreano, además de otras regulaciones como nombres específicos que se pueden incluir, tamaños de la letra dependiendo el texto e imágenes en los rótulos que pueden ser incluidas o no dependiendo de la composición del artículo (Banco Interamericano de Desarrollo BID, 2012)
- Los alimentos procesados están sujetos a inspección al momento de su ingreso a Corea, estas revisiones pueden ser: Documentales, organolépticas, de laboratorio o arbitrarias. (Gobierno de la República de Colombia, 2013)
- Las frutas y verduras procesadas, no pueden superar niveles específicos de aditivos, residuos químicos y plaguicidas en su cultivo. A continuación se presentan los preservantes comúnmente utilizados en la fabricación de conservas de fruta y vegetales, en el cuadro se relacionan los niveles de utilización máximos aceptados en la elaboración del producto. Se recomienda consultar en línea el Código Coreano de Aditivos en Alimentos (Korea Food Additives Code en inglés) para conocer la reglamentación concerniente a los aditivos no mencionados en este documento

	Descripción	Porcentaje permitido de uso en Fruta procesada
<b>Sorbato de Potasio</b>	<b>Tipo de aditivo:</b> Conservante Es utilizado en una variedad de aplicaciones incluyendo alimentos, vinos y cuidado personal. Fórmula química: C <sub>6</sub> H <sub>7</sub> O <sub>2</sub> K	-Jugo de Fruta 1,0 g/Kg -Chutney de Mango 1,0 g/Kg -Mermeladas, Jaleas, Pulpas y frutas enlatadas 1,0g/Kg. Suele mezclarse con dosis máximas de 0,02g de ácido cítrico, la dilución de los dos aditivos evita la coloración pardusca por oxidación.
<b>Benzoato de Sodio</b>	<b>Tipo de aditivo:</b> Conservante Es soluble en agua y ligeramente soluble en alcohol. La sal es antiséptica y se usa generalmente para conservar los alimentos. Fórmula química: C <sub>7</sub> H <sub>5</sub> NaO <sub>2</sub>	-Bebidas de vegetales y/o frutas 0,6g/Kg -Chutney de Mango 0,25g/Kg -Mermeladas, Jaleas, Pulpas y frutas enlatadas 1,0g/Kg, cuando es mezclado con otro aditivo, la composición no debe superar en proporción 1g/Kg de producto.
<b>Propil parahidroxibenzoato</b>	<b>Tipo de aditivo:</b> Conservante Se trata de una sustancia natural que se encuentra en las plantas. Es empleado por la industria alimentaria como un conservante alimentario. Se emplean también en productos de cosmética como pueden ser lociones, cremas y demás	-Bebidas de vegetales y/o frutas 0.1g/Kg -Chutney de Mango 0,25g/Kg -Mermeladas, Jaleas, Pulpas y frutas enlatadas 1,0g/Kg. -Frutas y/o vegetales pelados y cortados 0.012g/Kg
<b>Benzoato de Potasio</b>	<b>Tipo de aditivo:</b> Conservante Sus propiedades en la conservación de alimentos se restringe a evitar el crecimiento de mohos, levaduras y algunas bacterias. Suele emplearse en los alimentos con carácter ácido, como pueden ser frutas.	-Bebidas de vegetales y/o frutas 0,6g/Kg -Chutney de Mango 0,25g/Kg normalmente se usa en una composición con otro aditivo, esta no debe superar 0,25g/Kg en relación al producto final. -Mermeladas, Jaleas, Pulpas y frutas enlatadas 1,0g/Kg, cuando es mezclado con otro aditivo, la composición no debe superar en proporción 1g/Kg de producto.
<b>Benzoato de Calcio</b>	<b>Tipo de aditivo:</b> Conservante El ácido benzoico y sus sales se encuentran de forma natural en las frutas y en algunos lácteos, tiene propiedades fungicidas detiene el crecimiento de mohos y levaduras.	-Bebidas de vegetales y/o frutas 0.6g/Kg -Chutney de Mango 0,25g/Kg -Mermeladas, Jaleas, Pulpas y frutas enlatadas 1,0g/Kg. Suele mezclarse con dosis máximas de 0,02g de ácido cítrico, la dilución de los dos aditivos evita la coloración pardusca por oxidación.
<b>Metil P-Hidroxibenzoato</b>	<b>Tipo de aditivo:</b> Conservante Tiene propiedades antibacterianas y fungicidas, es mas eficaz con los hongos que con las levaduras.	-Bebidas de vegetales y/o frutas 0.1g/Kg -Chutney de Mango 0,25g/Kg -Mermeladas, Jaleas, Pulpas y frutas enlatadas 1,0g/Kg. -Frutas y/o vegetales pelados(no cortados) 0.012g/Kg

*Tabla 11 Algunos de los aditivos y preservantes más comunes (Korean Food & Drug Administration, 2014)*

La regulación de residuos químicos y plaguicidas, se encuentra disponible en la página web de la Administración Coreana de Alimentos y Medicamentos (Korean Food & Drug Administration).

#### 4.4.2. Proceso de exportación

Tomando como base la sección ¿Qué hacer para exportar? del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, los pasos para exportar bienes en Colombia son:

- Se debe identificar la subpartida arancelaria del producto a exportar, según el arancel de aduanas, en el caso de conservas de mango es la siguiente: 2008999000 Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Los demás, incluidas las mezclas (excepto las mezclas de la subpartida 2008.19): Los demás: Mangos
- Se debe realizar el registro como exportador ante Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, por medio de la inscripción del Registro Único Tributario RUT.
- Es necesario contar con los vistos buenos previo a la exportación, en el caso de frutas en conserva la entidad encargada de la expedición es el INVIMA, el registro sanitario es el siguiente:

Datos Generales del Producto							
Expediente	6306	Nombre producto	FRUTAS EN ALMIBAR VARIEDADES: CEREZAS MARRASQUINO, BREVAS, DURAZNOS, MANGO, UCHUVAS, GUAYABA, PIÑA EN TROZOS, GUANABANA, COCTEL DE FRUTAS, PAPAYA, MORAS, TOMATE DE ARBOL, CARAMBOLO, PAPAYUELA, LIMON, NARANJA, FRESAS, FEIJOAS, LULO, PITAYA, CHONTADURO, MARACUYÁ, GULUPA, MANDARINA, BOROJO, GRANADILLA.				
Registro Sanitario	RSIAD12M27891	Vencimiento	2021/08/17	Modalidad	FABRICAR Y VENDER	Estado Registro	Vigente
Observaciones							
Marcas	BUFFET, GRAN UNION, LA CAVA, COLSUBSIDIO, CAFAM, FORTIN, LAS LAJAS, EXITO,, MOLINERA, CARREFOUR, CONSUMO, ARFLINA, TAI SHAN, YEP, SUPERINTER, RIOVALLE, ALKOSTO, NUTIVIA, MADURA.						
Datos de Interes							
Tratamiento	CONCENTRACION			Condiciones de conservación	MEDIO AMBIENTE		

*Ilustración 7 Registro Sanitario (Invima, 2014)*

- Cuando se tengan listas las mercancías a exportar, se debe verificar el termino de negociación Incoterm a usar, con el objetivo de que cada parte tenga claro hasta donde llegan sus responsabilidades, costes y alcances. A causa de que para el tipo de carga tratada, el principal medio de transporte es por vía marítima, a continuación se enumeran los aplicables a esta modalidad:
- **EXW (Ex Works-En fábrica):** El vendedor coloca las mercancías a disposición del comprador en sus instalaciones o fabrica, de allí en adelante los costos corren por cuenta de este último.
- **FOB (Free in Board-Libre a bordo):** El vendedor entrega la mercancía sobre el buque. El vendedor contrata el transporte a través de un transitario o un consignatario, pero el coste del transporte lo asume el comprador. Se debe utilizar para carga general (bidones, bobinas, contenedores, etc.) de mercancías, no utilizable para granel.
- **FCA (Free Carrier-Libre transportistas):** El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen, se hace cargo de los costos hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido; entre otros.
- **CFR (Cost and Freight-Costo y flete):** El vendedor se hace cargo de todos los costos y el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía se encuentra cargada en el buque, en el país de origen.
- **CIF (Cost, Insurance and Freight-Costo, seguro y flete):** El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Aunque el



seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.

- 
- **DAT (Delivered at terminal-Entregado en el terminal):** El vendedor asume todos los costos, incluido: transporte principal y el seguro (que no es obligatorio), hasta que se descarga en el terminal convenido. También asume los riesgos hasta ese momento.
- **DAP (Delivered at place-Entregado en un punto):** El vendedor asume todos los costos, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio) pero no de los costos asociados a la importación, hasta que la mercancía se ponga a disposición del comprador en un vehículo listo para ser descargado. También asume los riesgos hasta ese momento.
- **DDP (Delivered duty place-Entregado con derechos pagados):** El vendedor paga todos los gastos hasta dejar la mercancía en el punto convenido en el país de destino. El comprador no realiza ningún tipo de trámite. Los gastos de aduana de importación son asumidos por el vendedor.
- Dependiendo del tipo de exportador y del termino de negociación escogido, se realiza la contratación del agente de carga marítimo o transporte internacional
- Una vez realizado esto se requiere diligenciar la solicitud de autorización de embarque, la cual puede ser realizada por el exportador para envíos menores a USD 10.000, en caso de superar este monto se debe ejecutar por medio de una agencia de aduanas autorizada por la DIAN para tal fin, dicho trámite debe ser realizado en la administración de aduanas donde se va a embarcar la mercancía, se deben adjuntar los siguientes documentos:

- Factura Comercial
- Lista de empaque (Si se requiere)
- Registros sanitarios o vistos buenos
- Documento de transporte

Después de la presentación de estos documentos y su incorporación al sistema aduanero, este determina a qué tipo de inspección deben ser sometidas las mercancías, puede ser de carácter documental, automático o físico, en el caso de esta última es posible que la revisión se ejecute en las bodegas en el puerto de salida o en un lugar habilitado por la DIAN. Finalizado este proceso se puede realizar el embarque y envío de la carga, es en este punto donde la Autorización de embarque cambia su naturaleza a Declaración de Exportación DEX.

- En el proceso de exportación y negociación es de vital importancia tener claro cómo se realizara la cancelación de las mercancías. Existen diversos instrumentos de pago internacional como: cartas de crédito, garantías Standby, letras avaladas, contra entrega, letras avaladas, transferencias bancarias, giro anticipado, entre otros.
- Posteriormente al pago, se debe realizar el proceso de reintegro de divisas a través de intermediarios cambiarios, que pueden ser bancos comerciales o entidades financieras avaladas, allí el exportador vende el dinero a estos, por lo que debe reclamar y diligenciar la Declaración de Cambio No. 2.

El proceso para el ingreso de mercancías a Corea, según la Guía práctica para exportar productos agrícolas a Corea del Sur, Japón y Singapur del Banco Interamericano de Desarrollo es:

- **Licencia de importación:** Se requiere una declaración de importación para realizar el ingreso del producto a Corea, donde el producto dependiendo de la calificación del importador será sometido a sistemas de control.

- **Notificación:** Se debe emitir una notificación ante el KFDA (Administración coreana de alimentos y medicamentos) con la lista de ingredientes en términos científicos en hojas membretadas y firmado por el productor, detalles del proceso de fabricación donde se muestre el proceso de ingreso de materias primas hasta la producción final del bien, además de incluir los detalles respecto a los métodos de esterilización, temperatura y longitud, estándares de los artículos, certificado de inspección y su debido etiquetado.
- **Registro de importadores:** Las plantas productoras relacionadas en el registro de importadores, pueden ingresar productos al país bajo un sistema “fast-track” que retira el requisito de inspección para las mercancías.
- **Inspección:** Alimentos procesados y aditivos alimentarios deben pasar por un proceso de inspección y en determinado caso de cuarentena; si el producto es aprobado y cumple con todos los requisitos se emite un certificado y la aduana posteriormente efectuará su liberación. En caso de no ser aprobado puede devolverse o destruirse.

Los documentos requeridos para el envío comercial de mercancías a Corea son:

- 2 Facturas comerciales
  - Factura consular en caso de ser requerida por la aduana
  - Licencia de importación
  - Certificado de origen
  - Carta de garantía del banco
- (Dirección de Información Comercial. Proexport Colombia., 2014)

#### 4.4.3. Etiquetado

Según la regulación coreana los requisitos básicos para una etiqueta de productos alimenticios son:

- Nombre del producto
- Tipo de alimento
- Nombre de la compañía y ubicación
- Fecha de elaboración
- Fecha de vencimiento
- Contenido neto con calorías
- Ingredientes y sus proporciones
- Datos de nutrición
- Datos adicionales que se requieran según el producto

Los requisitos de rotulado son dados por las normas de etiquetado de alimentos (Food Labeling Standards). La etiqueta debe tener traducción al coreano y puede contener la descripción en el idioma de origen; se puede colocar una rotulo con el nombre en la lengua de Corea, pero esta no puede cubrir información importante que este dada en el lenguaje original.

Se debe mantener el nombre del producto registrado en el certificado de importación; en caso de que sea utilizado un sabor artificial el ingrediente requiere incluir “flavor” en la etiqueta, y es necesario que sea marcado “artificial flavor added/contained” o en su defecto que se coloque esta descripción al lado de la denominación del bien. Por otra parte no es obligatorio que la dirección del importador sea traducida al coreano.

Es necesario que las etiquetas sean claras, para no incurrir en confusiones con los medicamentos. Es prohibido el uso de etiquetas falsas, que contengan publicidad o que puedan inducir a errores.

(Banco Interamericano de Desarrollo BID, 2012)

#### **4.4.4. Envase y embalaje**

Todos los envases y embalajes de frutas y verduras son inspeccionados al momento de la importación para evitar el ingreso de cualquier tipo de bacteria o plaga que puedan almacenar. Si el alimento contiene un sabor artificial en el

producto no se permite colocar ninguna fotografía de frutas en la etiqueta, si cuentan con doble empaque es necesario que el interno este etiquetado, en caso de que este último supere los 30 cm<sup>2</sup>, en dicho espacio se debe especificar el nombre, contenido neto de calorías, nutrientes y fecha de vencimiento. (Banco Interamericano de Desarrollo BID, 2012)

#### **4.4.5. Productos orgánicos**

Para ofertar productos orgánicos en el mercado coreano, es necesario acogerse a la Ley de Agricultura Amigable con el Ambiente (Law on Environmental Friendly Agriculture), la cual regula la cual lo regula la comercialización de estos. Para que un bien sea reconocido como ecológico debe cumplir:

- Administración
  - Se deben registrar los cultivos con dos años de anterioridad, incluyendo información respecto a fertilizantes, pesticidas, plaguicidas, cantidad de producción, entre otros.
- Área de cultivo, agua y semillas:
  - El suelo del cultivo debe cumplir con la Ley de Protección Ambiental del suelo (Soil Protection Act).
  - El periodo de transición de las plantas debe ser superior a un año.
  - En las tierras de cultivo silvestre no se pueden usar sustancias químicas, por periodos superiores a tres años, a menos que estas sean permitidas.
  - La Ley Marco de Política Ambiental, regula el agua utilizada para el cultivo.
  - No se acepta el uso de semillas modificadas genéticamente; es necesario que su origen sea orgánico.
  - El cultivo debe tener formas de protección contra contaminantes externos.
- Métodos de cultivo:

- Está prohibido el uso de plaguicidas sintéticos o fertilizantes químicos.
  - Se debe contar con un plan de largo plazo para el abono orgánico.
  - La materia orgánica empleada en el cultivo debe ser de procedencia ecológica.
  - Para el uso de abono proveniente del ganado, es necesario que estos hayan sido alimentados con material orgánico y no debieron ser tratados con medicamentos veterinarios.
  - Se deben emplear métodos de erradicación alternativos para las plagas, hierbas y enfermedades.
- Control de calidad
    - El transporte y almacenamiento se debe hacer en instalaciones limpias y protegidas de contaminación.
    - Se deben tomar medidas preventivas para proteger a los productos de plagas y enfermedades; en caso de ser necesario se permite el uso de productos químicos, siempre y cuando no tengan contacto con el bien final.
    - Es permitido el uso de barreras para el control de plagas en el almacenamiento y containers de transporte.
    - Es necesario tomar medidas preventivas en caso de que los productos orgánicos se transporten con otros, con el fin de evitar mezclas.
    - No es permitido la radicación como medida de control de plagas, agentes patógenos, etc.
    - El empaque debe cumplir los requisitos establecidos en la Ley de Inocuidad Alimentaria; es recomendable el uso de materiales reciclables o biodegradables.

(Banco Interamericano de Desarrollo BID, 2012)

#### **4.4.6. Distribución física internacional**

La principal vía de salida de mercancías de Colombia en 2013 fue por modo de transporte marítimo (56%), seguido por el canal terrestre con un 37% y el 7% restante se dio de manera terrestre; Para el continente asiático el primer canal es el predominante. (Legiscomex, 2014)

Según el Perfil de Logística desde Colombia hacia Corea del Sur realizado por la Dirección de Información Comercial de Proexport en 2014, el acceso terrestre en Corea se soporta en una red de carreteras de 100.279 Km, las cuales conectan con las principales ciudades, además de una infraestructura ferroviaria superior a los 6.850 Km que abarcan aproximadamente todo el territorio nacional.

Para el año 2013 fue el canal marítimo la principal vía de envío de mercancías de Colombia hacia Corea del sur, alcanzando un 99,8%, equivalente a 310.716 toneladas, el porcentaje restante se manejó por transporte aéreo, significando un volumen de 576 toneladas.



*Ilustración 8 Acceso marítimo a Corea (Dirección de Información Comercial. Proexport Colombia., 2014)*

Los principales puertos de salida de mercancías de Colombia son Buenaventura, Barranquilla y Cartagena. Por su parte Corea cuenta con una importante

infraestructura portuaria a lo largo del país de más de 25 canales de entrada, sin embargo el mayor volumen de carga binacional se maneja por Pusan (Busan), este ocupa un lugar estratégico en el comercio del país, debido a que conecta el Océano Pacífico con el continente asiático y por tanto es considerado la puerta de entrada al país.

Para el año 2013 el total de las exportaciones de la partida 200899 Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte: Los demás, incluidas las mezclas (excepto las mezclas de la subpartida 2008.19): Los demás: Mangos, se realizaron por vía marítima a través del puerto de Buenaventura, con destino Pusan-Busan. (Legiscomex, 2014)

Existen 7 servicios marítimos directos desde el puerto de Buenaventura, con destino a Pusan-Busan, los cuales ofrecen tiempos de tránsito que oscilan entre los 23 y 39 días, además de 7 líneas con escalas en Panamá, México, China y Taiwán con recorridos de 39 a 48 días; cabe resaltar que todos cuentan con frecuencia semanal.

También existen 4 compañías navieras con frecuencia semanal que ofrecen el servicio desde la Costa Atlántica, con líneas directas (Cartagena) con un tránsito de 23-47 días, además de recorridos con conexiones en Alemania, Jamaica, Hong Kong, Malaysia, México y Panamá, con tiempos que oscilan entre los 24-39 días desde Barranquilla y hasta 53 días con origen en Cartagena, todos con destino final Pusan-Busan.

Las compañías navieras y consolidadoras que ofrecen conexión entre Colombia y Corea del Sur son: Hapag-Lloyd, Hamburg Süd, Hanjin Shipping, Maersk Line, Evergreen Marine Corp., Cosco Containers Line CO, NYK Line, Mediterranean Shipping Company MSC, APL, ZIM Integrated Shipping Services Ltd., Mahe Neutral Shipping, Consolcarga S.A.S., Ecu-Line, MOL Mitsui Osk Lines, Wan Hai



Lines Ltd., CMA CGM S.A., Transtainer Ltda, Compañía Sudamericana de Vapores CSAV, Hyundai Merchant Marine Co. HMM y China Shipping.

Como se puntualizó anteriormente solo el 0,2% de la carga se maneja por vía aérea, sin embargo es importante resaltar que Corea cuenta con una importante infraestructura aeroportuaria, gracias a 114 aeropuertos que facilitan el acceso a todo el territorio nacional, cabe resaltar que los que manejan mayor tráfico son el aeropuerto internacional Incheon de Seúl y el aeropuerto internacional Gimhae. Actualmente no hay servicios de conexión directos, para el transporte de carga se ofrecen vuelos con escalas en Canadá, Luxemburgo, Estados Unidos, Europa y Chile.

#### **4.4.7. Costos de logística y distribución nacional e internacional**

Para evaluar la viabilidad de un proyecto de exportación, es importante conocer la estructura de los costos de logística y distribución, los cuales son un factor de vital importancia para determinar la competitividad en el mercado derivado del precio del producto final.

Según el Reporte Global de Competitividad dado por el Foro Económico Mundial, para el 2013-2014 Colombia ubico el puesto 117 de 144 países evaluados en materia de calidad de la infraestructura general, por su parte este mismo índice enfatizado en las carreteras posiciono al país en el lugar 130. Debido a esto para muchos exportadores el transporte interno se constituye como una limitante en costos y tiempos de distribución, logrando en ocasiones minimizar considerablemente su competitividad en el precio final del producto.

A continuación se presentan los costos de referencia de transporte terrestre desde los principales centros urbanos del país, donde se concentran gran parte de las industrias del sector de alimentos procesados, hasta los puertos de Buenaventura, Santa Marta y Cartagena, realizando énfasis en el primero de ellos, por ser la vía más importante de salida de mercancías con destino a Corea del Sur.

Ciudad de	Ciudad de	Costo total del	Costo por	Distancia
-----------	-----------	-----------------	-----------	-----------

<b>Origen</b>	<b>destino</b>	<b>viaje*(\$)</b>	<b>tonelada (\$)</b>	<b>(Km)</b>
Armenia	Buenaventura	689.706,13	76.634,01	228,16
Barranquilla	Buenaventura	3.417.406,76	379.711,86	1164,84
Bogotá	Buenaventura	1.669.170,32	185.463,37	525,84
Bucaramanga	Buenaventura	2.498.060,74	277.562,30	846,91
Cali	Buenaventura	483.145,05	53.682,78	163,89
Cartagena	Buenaventura	3.220.350,80	357.816,76	1119,9
Cartago –Valle del Cauca	Buenaventura	706.489,49	17.070,94	233,92
Cúcuta	Buenaventura	3.201.904,28	355.767,14	1038,93
Duitama	Buenaventura	2.467.138,71	274.126,52	743,79
Florencia	Buenaventura	1.723.619,73	191.513,30	589,06
Ibagué	Buenaventura	1.021.674,33	113.519,37	313,92
Ipiales –Nariño	Buenaventura	2.141.744,36	237.971,60	656,01
Manizales	Buenaventura	959.569,52	106.618,84	307,48
Medellín	Buenaventura	1.580.883,80	175.653,76	478,92
Mocoa	Buenaventura	1.664.188,15	184.909,79	581,75
Montería	Buenaventura	2.663.706,70	295.967,41	888,41
Neiva	Buenaventura	1.612.716,16	179.190,68	557,12
Pasto	Buenaventura	1.836.313,99	204.034,89	570,49
Pereira	Buenaventura	752.543,73	83.615,97	249,48
Popayán	Buenaventura	881.233,04	97.914,78	300,48
Riohacha	Buenaventura	4.298.260,88	477.584,54	1429,66
Santa Marta	Buenaventura	3.469.783,74	385.531,53	1258,66
Sincelejo	Buenaventura	2.850.057,03	316.673,00	953,41
Sogamoso – Boyacá	Buenaventura	2.331.799,95	259.088,88	766,79
Tumaco	Buenaventura	2.771.653,13	307.961,46	860,01
Valledupar	Buenaventura	3.565.724,70	396.191,63	1191,86
Villavicencio	Buenaventura	2.203.086,87	244.787,43	640,84

Yopal	Buenaventura	2.948.998,84	327.666,54	908,23
Bogotá	Cartagena	2.522.518,08	280.279,79	977,99
Bucaramanga	Cartagena	1.695.900,00	188.433,33	637,37
Cali	Cartagena	3.064.135,63	340.459,51	1061,8
Ibagué	Cartagena	2.534.745,60	281.638,40	1014,92
Manizales	Cartagena	2.394.607,83	266.067,54	823,99
Medellín	Cartagena	1.867.578,27	207.508,70	627,99
Pereira	Cartagena	2.494.939,16	277.215,46	843,99
Bogotá	Santa Marta	2.479.512,77	275.501,42	940,18
Bucaramanga	Santa Marta	1.388.792,00	154.310,22	525,18
Cali	Santa Marta	3.196.021,58	355.113,51	1200,56
Ibagué	Santa Marta	2.410.999,57	267.888,84	940,18
Manizales	Santa Marta	2.481.211,43	275.690,16	951,18
Medellín	Santa Marta	2.303.056,92	255.895,21	831,13
Pereira	Santa Marta	2.663.136,48	295.904,05	996,18

\* Costos calculados en base a un tipo de vehículo 2, capacidad de 9 toneladas, y para carga general

\*\* Costos de referencia para el transportista, no incluye la rentabilidad

*Tabla 12 Costos referencia de transporte terrestre (Ministerio de Transporte, 2014) Fuente: Diseño propio*

El siguiente costo de distribución física internacional a considerar, es el transporte internacional, para este caso es por vía marítima, para tal fin en el Anexo No. 1 se presenta de forma detallada las tarifas de referencia dadas por Proexport Colombia, como herramienta de facilitación para los exportadores, para un envío de mercancías desde el puerto de Buenaventura con destino a Pusan – Busan. En promedio los costos para un contenedor de 20', apto para el movimiento de alimentos, oscilan entre los 700 – 800 dólares y recargos de los USD 6 a los USD 60; para un container de 40' pies los valores varían de los USD 900 a USD 1000.

Según los datos aportados por Legiscomex, el comportamiento de los costos de las exportaciones de mangos en conserva con destino Corea del Sur para el período 2013 fue el siguiente:

<b>Puerto de origen</b>	<b>Puerto de destino</b>	<b>Peso en kilos netos</b>	<b>Peso en kilos brutos</b>	<b>Valor FOB</b>	<b>Valor agregado nacional</b>	<b>% valor FOB</b>	<b>Flete</b>	<b>% valor FOB</b>
Buenaventura	Pusan	18400	19360	20608	20274	98,4 %	920	4,5%
Buenaventura	Pusan	55200	58080	66240	65239	98,5 %	1656	2,5%
Buenaventura	Pusan	150480	162792	180576	177847	98,5 %	4514	2,5%
Buenaventura	Pusan	50160	54264	59590	58680	98,5 %	2106	3,5%
Buenaventura	Pusan	110400	116160	132480	130478	98,5 %	3312	2,5%

*\*Valores en dólares americanos*

*Tabla 13 Exportaciones a Corea de mangos en Conserva 2013 (Legiscomex, 2014) Fuente: Diseño propio*

En base a lo anterior se puede determinar que en promedio el flete de la mercancía con destino a Pusan – Busan, embarcando en el puerto de Buenaventura, es del 3,1% sobre el valor FOB de la misma, de otro lado el costo del seguro internacional generalmente es del 1% sobre monto Free on Board. Por tanto se puede concluir que el precio de referencia CIF es en promedio un 4,1% mayor al FOB.

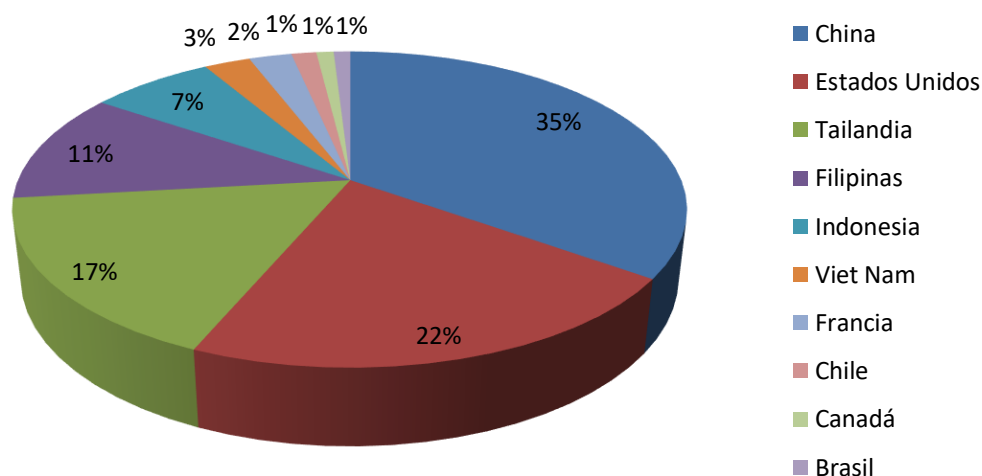
En el anexo No. 2, se puede encontrar la matriz de costos de D.F.I por modalidad de transporte, realizada por Proexport Colombia, con el fin de realizar una evaluación completa y detallada de los valores a los que se incurre en la exportación.

#### **4.5. Análisis del mercado Coreano**

Después de analizar la cadena productiva en Colombia, para la producción de mangos en conserva como artículo para la exportación, es necesario conocer la situación del mercado objetivo, Corea para la presente investigación, en virtud de determinar la potencialidad del proyecto.

#### 4.5.1. Comercio exterior

Corea tiene una importante tendencia al consumo de productos naturales debido a la inclinación de los compradores por mantener una vida saludable; por lo anterior se ubican como un importante destino para bienes como frutas en conserva. Sus principales proveedores son asiáticos, no solo por ser los mayores productores mundiales de mango, sino de sus importantes relaciones comerciales; según datos de World Trade Map el principal competidor internacional es China (35%), quien cuenta con cercanía geográfica, además ambos pertenecen a APEC y están considerando la firma de un acuerdo comercial; entre los exportadores también se destacan Estados Unidos (22%) ubicando el segundo lugar y Chile y Brasil ocupando los puestos octavo y decimo respectivamente. Por su parte Colombia se posiciona en el lugar 23 (0,05%).



*Grafica 15 Principales proveedores Corea*

*(International Trade Centre, 2014) Fuente: Diseño propio*

En el año 2013 Corea reporto exportaciones de la partida 200899 por USD 16.229, alcanzando una cantidad de 3.378 toneladas, lo cual representó un crecimiento del 10% frente al periodo inmediatamente anterior; sus principales destinos fueron China (29,8%), Japón (28%) y Estados Unidos (12,8%), también se destacan Hong Kong y Taipéi Chino, Reino Unido, Mongolia y Canadá.

El saldo comercial en 2013 fue negativo por 61.490 dólares americanos, esto significó un crecimiento del 3% frente al déficit reportado en el año inmediatamente anterior; la tendencia deficitaria en la balanza se ha mantenido y ha ido aumentando desde el 2009.

#### **4.5.2. Análisis de la competencia**

Corea del Sur no es un país productor de mango y por tanto no procesa conservas de dicho fruto, esto se basa en que pese a que reportaron salidas por la partida 200899, está en el arancel coreano es muy ambigua, ya que a diferencia de la denominación dada en Colombia donde se especifica que es Mangos, en el país asiático recibe el nombre de “Los demás”, lo cual vuelve imposible determinar los artículos en detalle que salieron bajo esa denominación.

Los principales competidores son los exportadores de estos bienes al país asiático. Como se mencionó anteriormente los principales proveedores son China (33,50%), Estados Unidos (20,73%), Tailandia (16,16%) y Filipinas (10,86%), Colombia se posiciona en el lugar 23 con una cuota de mercado de 0,05%.

El esquema de valores por competencia es el siguiente:

<b>Proveedor</b>	<b>Valor unitario* (USD/Unidad)</b>	<b>Arancel estimado</b>
China	640	45%
Estados Unidos	5.206	45%

Tailandia	803	45%
Filipinas	2.995	45%
Indonesia	1.226	45%
Vietnam	988	45%
Francia	6.337	45%
Colombia	3.364	45%

*Unidad: Toneladas*

*\*Valor Unitario: Es el cociente de del valor entre la cantidad, no es el precio de venta de la mercancía.*

*Tabla 14 Precios de los competidores en el mercado Coreano 2013  
(International Trade Centre, 2014) Fuente: Diseño propio*

El valor unitario más económico es ofrecido por China, seguido de Ecuador, Tailandia, Costa Rica, Vietnam y Australia, respectivamente. Por su parte Colombia cuenta con un precio competitivo que aunque no clasifica entre los más bajos, tampoco es de los superiores.

#### **4.5.3. Productos sustitutos**

Son aquellos que pueden satisfacer la misma necesidad que el bien ofertado, en este caso conservas de fruta; estos pueden influir en la decisión de compra al ofrecer precios más competitivos o ser más atractivos, logrando desplazar la demanda al producto sustituto. (Cultura E Medellín, 2009)



*Ilustración 9 Productos sustitutos*  
*Fuente: Diseño propio*

Las conservas de fruta cumplen la función principal de presentar el alimento listo para el consumo y para retrasar por largos periodos el termino de caducidad, en este sentido aquellos bienes que satisfagan la misma necesidad clasifican como productos sustitutos.

El análisis del patrón de consumo coreano, revela el interés de una vida saludable, lo cual conlleva a posicionar a la fruta sin procesar entre los principales sustitutos debido a que garantiza su origen 100% natural y carente de procesos industriales que afecten sus condiciones originales



#### 4.5.4. Perfil de consumo de frutas procesadas en Corea del Sur

Corea del Sur es un país altamente industrializado, en el año 2013 registró una tasa de producción industrial del 2.4% (Trading Economics, 2014) siendo su principal pilar el desarrollo electrónico, seguido por las telecomunicaciones, la producción automotriz, los químicos, la construcción de navíos y el acero. Los núcleos urbanos son grandes y con poca dispersión, haciendo que la variedad geográfica del consumidor no sea dramática y permitiendo encontrar tendencias de consumo homogéneas. La clase media coreana cuenta con un poder adquisitivo alto y se concentra en su gran mayoría en las principales urbes del país (Seúl, Sejong, Busan, Daegu, Daejeon, Gwangju, Incheon y Ulsang) y su periferia. El año pasado se registró un PIB per cápita de \$33.200 USD, un 2,46% más que en 2012, aumento que se ve reflejado en la forma de consumo de los coreanos. La conducta de consumo se ve considerablemente influenciada por principios como:

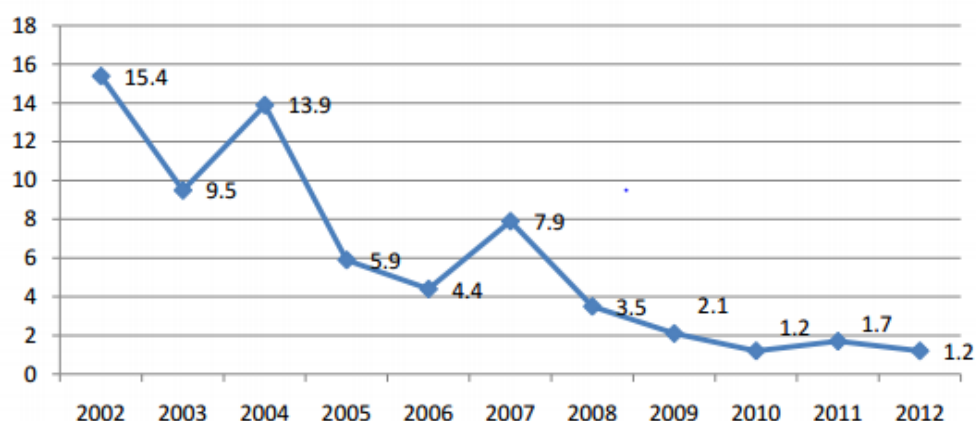
- **Educación** - como aspecto cultural clave en la cultura confuciana, el ascensor social del individuo en la sociedad.
- **Jerarquía** - el respeto hacia la familia y la gente mayor es condicionante de las relaciones sociales
- **El trabajo** - aprender haciendo, “vivir para trabajar”, son condiciones sine qua non en el estrato social coreano.
- **Status e imagen** - el reconocimiento y la imagen social y personal condicionan el comportamiento y las acciones ante los demás.
- **Influencia occidental** - la adopción de valores propios de la cultura occidental como nuevo patrón de imagen social.

(Casa Asia, Asociación Profesionales de Marketing y Fundació Barcelona Promoció, 2012; )

La promoción de vida saludable es popular en la sociedad coreana, en general, los países con valores confucianos arraigados suelen caracterizarse por llevar estilos de vida que buscan la longevidad mediante dietas sanas y espiritualidad, factores

que hacen parte de la sabiduría popular ancestral. Actualmente el crecimiento del poder adquisitivo de la clase media permite la variación de la alimentación, la demanda de mayores cantidades de comida diversa y de calidad lo refleja. La cultura coreana contemporánea se ha ajustado de manera que los conceptos de antaño se acomoden al estilo de vida moderno, el consumo de frutas y vegetales que son relativamente costosos en el país, lentamente a reemplazado su dispendio de productos locales considerablemente más económicos ofreciendo al consumidor alternativas procesadas equivalentes y novedosas. (Ibis World, Where Knowledge is Power, 2014)

Con el creciente auge de consumo de productos saludables, el número de empresas coreanas procesadoras de Frutas y vegetales ha aumentado siendo los jugos y las bebidas sus productos más rentables y populares. La conserva enlatada es la alternativa por excelencia del consumo de fruta lista para comer, sin embargo su producción local decrece debido a la poca diversidad de frutas y simultáneamente la demanda de conserva por parte del comprador aumenta, situación que motiva la importación del producto. (ProEcuador, 2013)



*Grafica 16 Producción de Enlatado de Fruta por Año (Unidad: 1,000ton) (ProEcuador, 2013)*

En el mercado se encuentran varias alternativas de consumo de fruta procesada, dentro de ellas está la fruta seca que entre enero y abril del año en curso incrementó sus ventas en un 25.2% en relación al 2012, la fruta congelada en un

31.8% y La fruta en conserva en un 40.4% en relación al mismo año. (ProEcuador, 2013)

#### **4.5.5. Análisis del Patrón del Consumo**

El instituto de promoción de exportaciones e Inversiones de Ecuador Publicó el 9 de Enero del 2014 en su dominio web los resultados de una encuesta realizada a 100 mujeres en corea consideradas potenciales consumidoras de frutas en conserva; del total de sujetos participantes, el 91% había adquirido alguna vez este tipo de bien, caso contrario al otro 9%. De las 91 mujeres que si habían sido compradoras, el 47% considera que el motivo de la compra era la conveniencia de esta, 43% reconoció que lo adquirirían porque era delicioso y el 7% manifestó que lo compraban por que el precio era favorable. El 3% remanente declaró que tenían otro tipo de motivos de compra. En cuanto a cantidades, el 54% prefería comprar 1 lata, seguidos por el 43% que llevaban de 2 a 3 latas, el 2% prefería 4 a 5 latas y el 1% elegía llevar 6 o más unidades.

Los lugares más frecuentados para comprar fruta en conserva fueron los mercados mayoristas (81.3%), seguidos por Tiendas de conveniencia (16.4%), en últimos lugares estuvieron las tiendas departamentales (2%) y los mercados online y convencionales (ambos con 0%). La frecuencia mensual de adquisición del producto iba desde una sola vez representada por el 67%, dos veces con un 16%, tres veces 5%, cuatro y cinco veces con un 1% y 2% respectivamente; el 39% de las encuestadas coincidió en que 2000 KRW a 3000 KRW (\$3800 COP a \$5700 COP) es un precio razonable para este tipo de alimentos procesados, mientras que el 25% considera justo el rango entre 1000 KWR y 2000 KWR (\$1900 COP a \$3800 COP), el 17% encuentra en el rango 3000 KRW a 4000 KRW (\$3.800 COP a \$7600 COP) el precio apropiado para la fruta enlatada y el 7% final concibe que pagar 4000 KWR (\$7500 COP) es apropiado.

Para la compra del producto, se pusieron a consideración de los sujetos 4 factores que influyen directamente en la toma de la decisión de adquirirlo o no, para el 65.9% de las encuestadas su criterio propio es suficiente, el 14.9% considera

determinante la opinión de su abuela o madre, 13.1% de las mujeres toma en cuenta la opinión de sus hijos y el 6,5% es influenciado por su padre, abuelo o esposo. Para el 58,2% de las personas encuestadas, la marca es un factor importante a la hora de comprar, caso contrario del 41,7% restante mientras que para el 63,7% de las mujeres consideran el lugar de origen un factor de peso a la hora de decidirse por un producto en específico y el 36,6% le es indiferente. El 85% de las encuestadas estarían dispuestas a adquirir un producto suramericano versus el 15% que no lo haría.

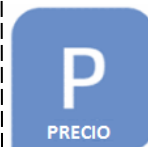
Las frutas en conserva que más consumen son el Durazno (52%), Piña (27%), Cocktail de Frutas (13%), Frutas Tropicales (6%) y Otras (2%).

(ProEcuador, 2013)

#### 4.6. Mezcla de marketing

La mezcla de mercadotecnia es una herramienta compuesta por las variables de las que dispone el encargado del marketing para alcanzar el objetivo propuesto (en este caso es la comercialización de mango en conserva en las principales ciudades Coreanas, empezando por Seoul), éstas variables también son conocidas como las cuatro P (Producto, Precio, Plaza y Promoción) y la mezcla entre ellas deriva en estrategias de mercadeo que constituyen el insumo para trazar los primeros pasos de el plan de mercadeo. (Desafío Joven, 2014)

- Conserva de mango colombiano en almíbar enlatada, enfrascada, endulzada con panela, azúcar, estevia. Puede que sea orgánica o enriquecida con vitaminas agregadas como aditivos durante su elaboración.



El consumidor coreano está dispuesto a pagar entre:  
-2000 KRW a 3000 KRW  
-1000 KWR y 2000 KWR  
-3000 KRW a 4000 KRW

- Las empresas comerciales generales y los minoristas a gran escala que pertenecen a los principales consorcios de Corea.



- Eventos comerciales de acercamiento bilateral como la pasada Feria Alimentec de Junio 2014.

- Los importadores especializados que importan un solo tipo o varios tipos similares de productos
- Las compañías de comercio que importan productos para empresas privadas de tamaño pequeño.
- Los organismos afiliados al Gobierno y empresas de tamaño medio.
- Mercados mayoristas, Tiendas de conveniencia, Tiendas departamentales, Mercados online y convencionales.

- Publicaciones especializadas en nutrición, estilo de vida Fitness.
- Despliegue de promoción del producto en la web mediante redes sociales.
- Hacer contacto con los importadores directamente para presentar el producto y promocionarlo.

## Conclusiones

- La aplicación de un modelo de cluster como generador de competitividad para el sector agroindustrial es posible, sin embargo dada la condición de los productores que en su gran mayoría son agricultores, es necesario crear mayor conciencia sobre los beneficios de las asociaciones empresariales y trabajar en contra del paradigma que operando de forma independiente se maximizan los resultados y se protege a la empresa.
- Dado que en su mayoría la producción es realizada por pequeños agricultores, muchos de estos no cuentan con la suficiente financiación o un aparato productivo consolidado para atender la demanda en el marco de una alianza estratégica, por tanto es necesario que se aprovechen los mecanismos dados por el gobierno en pro del aumento de la competitividad, para lograr la incursión de estos actores en la transformación productiva, donde se logren economías de escala mejorando la rentabilidad y los precios en el mercado e impulsando sectores de talla mundial.
- Pese a la importante producción agrícola del país el sector alimentos procesados es pequeño y concentra poca producción en las frutas y vegetales en conserva, segmento en el cual el país tiene oportunidad de diversificar su oferta exportadora y alcanzar mercados no tradicionales como el coreano.
- El comercio binacional de mango en conserva es mínimo, siguiendo el comportamiento de toda la canasta exportadora, sin embargo el acuerdo bilateral se posiciona como una oportunidad para fortalecer la oferta, por lo cual es necesario que Colombia cuente con un aparato productivo sólido, lo suficientemente competitivo en precios, calidad y diferenciación, para atender una demanda exigente en un mercado competido por fuertes actores internacionales.
- El análisis de la tendencia de consumo refleja un interés de los consumidores coreanos por llevar una vida saludable, por lo cual se muestran atraídos a la adquisición de frutas y vegetales frescos, sin embargo el fragmento de frutas

exóticas donde clasifica el mango únicamente represento un 6% de interés de compra, esto refleja una importante oportunidad de incentivar este mercado.

### **Recomendaciones**

- Con el objetivo de aumentar la competitividad del segmento agroindustrial, su musculo productivo y capacidad exportadora, se recomienda aprovechar los incentivos, programas y fuentes de financiamiento otorgados por el Gobierno Nacional para el apalancamiento de la productividad empresarial, con el objetivo de crear sectores de talla mundial.
- Para generar mayor impacto en el mercado coreano, se recomienda implementar producciones orgánicas, que aunque tienen condiciones exigentes en el país, incentivan al consumidor a la adquisición del producto. En caso de no contar con el musculo productivo para lograrlo, se pueden emplear endulzantes alternativos tales como panela, fructosa o estevia, o en su defecto disminuir el uso de aditivos en la conserva, atacando la tendencia consumo de bienes naturales en el país.
- En virtud de generar mejores sinergias en el desarrollo del cluster, se recomienda buscar cercanía geográfica entre el productor agrícola y el empresario agroindustrial, y de ser posible con los principales puertos de salida como Buenaventura, con el fin de disminuir los costos inherentes a logística interna en el país y en consecuencia ofrecer un precio más competitivo y mejorar la rentabilidad del proceso.
- Se recomienda trabajar con importadores que cuenten con alianzas con grandes cadenas de supermercados, además de tener claro si este cuenta con cobertura nacional o local, para lograr una mayor acceso del mercado y aprovechar los beneficios que otorguen dichas superficies.

## **Consideraciones**

Teniendo en cuenta que el tratado comercial entre Corea del Sur y Colombia aún no ha entrado en vigencia, se proponen otros mercados destino para la realización de la propuesta desarrollada en la anterior investigación. Del interés de incursionar en un mercado no tradicional y de iniciar un acercamiento comercial efectivo con Asia deriva la siguiente consideración:

Japón y Vietnam son dos potenciales socios comerciales para América Latina, el primero por tratarse de un mercado con alto poder adquisitivo con tendencias de consumo marcadas y notablemente influenciadas por occidente sin perder los elementos propios tradicionales y el segundo caracterizándose por su economía en auge e interés creciente en productos extranjeros. Ninguno de los anteriores países cuenta con un acuerdo comercial vigente o suscrito con Colombia, factor que imposibilita establecer en la exención arancelaria como ventaja para el posicionamiento y comercialización del producto (Mango en conserva). Japón importó del mundo USD \$266.514, USD \$284.117, USD \$270.390 en 2011, 2012 y 2013 respectivamente (valores en miles de dólares), ubicándolo como el segundo importador principal de conservas de fruta y frutos preparados (Información extraída de la herramienta “identificador de Oportunidades” de Colombia Trade). Colombia se posiciona dentro de los primeros 20 proveedores. Vietnam por su parte importó del mundo USD \$806 en 2011, USD \$873 en 2012 y USD \$736 en 2013; a pesar de haberse presentado una contracción en las cifras del último año respecto a los históricos, en 2013 incluyendo por primera vez a un país suramericano dentro de sus proveedores, Ecuador exportó 416 toneladas a este país asiático.

Los costos de envío del puerto Marítimo de Buenaventura a:

- Puerto marítimo de Imabari (Japón) de Contenedor refrigerado y acondicionado para el transporte de alimentos de 7 mts. es de 1000 USD a 1230 USD, sin contemplar seguro internacional de mercancías.



- Puerto marítimo de Saigón (Vietnam) de Contenedor refrigerado y acondicionado para el transporte de alimentos de 7 mts. oscila entre 960 USD a 1190 USD, sin contemplar seguro internacional de mercancías.

(valores aproximados proporcionados por transportadora internacional de EnvíaColvanes)

Japón impone un arancel de 46,8% y Vietnam de 34,6% (Datos extraídos del buscador arancelario de la OMC), ambos porcentajes aplicados a la partida 200899 “las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar”.

En síntesis, a pesar de contar con un indicador de ventaja comparativa revelada y una intención formal de establecimiento de alianzas estratégicas productor agrícola – empresario agroindustrial, el no contar con una garantía de exención arancelaria y el factor infraestructura deficiente y altos costos de transporte, hacen que muy difícilmente el producto colombiano compita con contrincantes tan fuertes como lo son Tailandia, china y Filipinas.

## Bibliografía

- Asociación Hortofrutícola de Colombia. (2012). *Asohofrucol*.
- Asohofrucol. (2012). *Situación Actual y Perspectivas de la Cadena Productiva del Mango*. Asohofrucol.
- Asohofrucol. (2013). *Situación Actual y Perspectivas de la Cadena Productiva del Mango*. Asohofrucol.
- Ayala Ruiz, L. E., & Arias Amaya, R. (2011). *Gerencia de Mercadeo, ciencias económicas y administrativas*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2014, de <http://www.3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc081.htm>
- Banco Interamericano de Desarrollo BID. (2012). *Guía práctica para exportar productos agrícolas a Corea del Sur, Japon y Singapur*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Bancóldex. (2014). *Acerca de nosotros*. Obtenido de ¿Qué es Bancóldex?: <http://www.bancoldex.com/acerca-de-nosotros92/Que-es-Bancoldex.aspx>
- Cámara Colombo Coreana de Industria y Comercio. (2014). *Quienes somos*. Obtenido de Misión: <http://www.colombocoreana.com/index.php/quienes-somosdos>
- Casa Asia, Asociación Profesionales de Marketing y Fundació Barcelona Promoció. (2012). *Casa Asia*. Obtenido de <http://www.casaasia.es/pdf/2707124418PM1170848658494.pdf>
- Colombina Internacional. (2014). *Acerca de Colombina*. Obtenido de <http://www.colombina.com/corporativo/marcas.php>
- Consejo Nacional de Política Económica y Social, Conpes. (2010). *POLÍTICA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA: UN MODELO DE DESARROLLO SECTORIAL PARA COLOMBIA*. Bogotá.
- Conservas California S.A. . (2014). *Productos*. Obtenido de <http://www.california.com.co/~californ/index.php?seccion=productos-california>
- Corpoica y Asohofrucol. (2013). *Modelo Tecnológico para el cultivo del mango en el Valle*.
- Cultura E Medellín. (2009). *Guía de actividad empresarial: Producción de conservas y mermeladas*. Medellín.
- DANE. (2012). *Encuesta Nacional Manufacturera EAM-2012*. Bogotá: DANE.
- Desafío Joven. (2014). *Cómo hacer el Mix de Marketing*. Obtenido de <http://www.desafiojoven.com.ar/articulos/196/Como-hacer-el-Mix-de-Marketing.html>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN. (2014). *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales*. Obtenido de <http://www.dian.gov.co/>

- Dirección de Información Comercial. Proexport Colombia. (2014). *Perfil de Logística desde Colombia hacia Corea del Sur*. Proexport.
- Doña Paula. (2014). *Inicio*. Obtenido de <http://www.cidonapaula.com/inicio/>
- Duke, Center on globalization, governance and competitiveness. (Noviembre de 2011). *Duke, Center on globalization, governance and competitiveness*. Recuperado el 2014, de [http://www.cggc.duke.edu/pdfs/2011-11-11\\_CGGC\\_Ex.Summary\\_Fruit-and-Vegetables-Value-Chain.pdf](http://www.cggc.duke.edu/pdfs/2011-11-11_CGGC_Ex.Summary_Fruit-and-Vegetables-Value-Chain.pdf)
- FAO. (2014). *Estadísticas de la FAO*. Obtenido de <http://www.fao.org/home/es/>
- Fundación Produce Sinaloa. (2012). *Nuevas variedades de Mango con potencial en el sur de Sinaloa*. Sinaloa.
- Gobierno de la República de Colombia. (2013). Tratado de libre comercio entre la República de Colombia y la República de Corea. *Capítulo tres: Reglas de origen y procedimientos de origen*.
- Ibis World, Where Knowledge is Power. (2014). *Global Fruit & Vegetables Processing*. Melbourne: Ibis.
- ICONTEC. (2013). *Norma técnica Colombiana NTC 695 - Frutas, legumbres y hortalizas procesadas*. Bogotá: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC).
- Incoderm. (2007). *Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad - Agroindustrial*. Recuperado el 2014, de <http://www.incoder.gov.co/documentos/Estrategia%20de%20Desarrollo%20Rural/Pertiles%20territoriales/ADR%20Sur%20del%20Cesar/Otra%20Informacion/Agenda%20Interna%20Sector%20Agroindustrial%20DNP.pdf>
- Industrias la Coruña Ltda. (2014). *Nosotros*. Obtenido de [http://www.industriaslacoruna.com/vcsys/index.php?option=com\\_content&view=article&id=30&Itemid=5](http://www.industriaslacoruna.com/vcsys/index.php?option=com_content&view=article&id=30&Itemid=5)
- International Trade Centre. (20 de Septiembre de 2014). *World Trade Map*. Obtenido de Trade Map, Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas: <http://www.trademap.org/>
- Invima. (14 de Junio de 2012). *Nuestra Entidad*. Obtenido de Misión y Visión: [https://www.invima.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=58:mision-y-vision&catid=36:nuestra-entidad&Itemid=69](https://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=58:mision-y-vision&catid=36:nuestra-entidad&Itemid=69)
- Invima. (2014). *Consulta datos de producto*. Obtenido de [http://web.sivicos.gov.co:8080/consultas/consultas/consreg\\_encabcum.jsp](http://web.sivicos.gov.co:8080/consultas/consultas/consreg_encabcum.jsp)
- Korean custom service (KCS). (2014). *Korean Custom Service*. Obtenido de <http://www.customs.go.kr/>
- Korean Food & Drug Administration. (2014). *Código Coreano de aditivos de alimentos*.

- Kotra. (2014). *About Us*. Obtenido de <http://english.kotra.or.kr/>
- Legiscomex. (2014). Base de datos. Bogotá.
- Legiscomex. (2014). *Inteligencia de Mercados - Perfil logístico de Colombia 2014*. Legiscomex.
- Legiscomex. (2014). *Legiscomex.com*. Obtenido de [www.legiscomex.com](http://www.legiscomex.com)
- Lima, J. E., & Álvarez, M. (2009). *Indicadores de comercio exterior y política comercial: análisis y derivaciones de la balanza de pagos*. CEPAL.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (22 de 04 de 2014). *Estudios económicos*. Recuperado el 01 de 09 de 2014, de ¿Que hacer para exportar?: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16267>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2011). *100 preguntas del TLC con Corea*.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/>
- Ministerio de Transporte. (2014). *Sistema de Información de costos eficientes de transporte automotor de carga*. Obtenido de <http://190.60.211.68:8080/sirtccWeb/costoOperacion.jsf>
- Mundiproduktos. (2014). *Nosotros*. Obtenido de <http://www.mundiproduktos.com/#!nosotros/cy2g>
- Osec Zurich, Business Network Switzerland - Proexport Colombia. (2010). *Fortalecimiento de la Capacidad Comercial hacia los Países EFTA: Inteligencia de Mercados para Colombia – Alimentos Procesados*. Bogotá: OSEC.
- Parrotta, J. (1993). *Mangifera indica L. - mango*. Nueva Orleans: USDA, Forest Service, Southern Forest Experimental Station.
- Portafolio. (12 de Noviembre de 2013). Senado aprobó TLC con Corea del Sur. págs. <http://www.portafolio.co/economia/tlc-corea-del-sur-y-colombia>.
- Portafolio. (17 de Junio de 2014). Se cae el TLC con Corea en su tránsito por el Congreso.
- Presidencia de la República. (2013). *Gobierno Cercano*. Obtenido de Abecé del Plan de Impulso al Empleo y la Productividad (PIPE): <http://www.urnadecristal.gov.co/gestion-gobierno/plan-impulso-empleo-productividad-pipe-abece>
- ProEcuador. (2013). *Perfil de Conservas de Fruta en Corea 2013*. Recuperado el 2014 de Septiembre de 2014, de ProEcuador: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/PPM-Conservas-de-Frutas-en-Corea-I-parte.pdf>
- Proexport Colombia. (2014). *Conozca a Proexport*. Obtenido de <http://www.proexport.com.co/>

Programa de Transformación Productiva. (2014). *Programa de Transformación Productiva*. Obtenido de <https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=607&conID=1>

Projugos. (2014). *Inicio*. Obtenido de <http://www.productoradejugos.com/>

Red Cluster Colombia. (2014). *Sobre la red cluster Colombia*. Obtenido de <http://redclustercolombia.com/contenido/sobre-la-red-cluster-colombia/1>

Sociedad de Agricultores de Colombia. (2013). *Sociedad de Agricultores de Colombia Fundada en 1871*. Obtenido de SAC.

The National Mango Boards. (Septiembre de 21 de 2014). *Mango.org*. Obtenido de <http://www.mango.org/media/what-national-mango-board>

Trading Economics. (2014). *Trading Economics*. Obtenido de <http://es.tradingeconomics.com/south-korea/industrial-production>

Transitland. (2010). *INCOTERMS 2010 - Definiciones de los términos 2010*. Obtenido de <http://www.transitland.com/INCOTERMS%202010%20te%20terrestre.pdf>

Tratado de Libre Comercio entre la República de Colombia y la República de Corea. (2013). *Annex 2: Tariff Schedule of Korea*.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (2012). *Técnicas de Investigación*. Obtenido de [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104\\_EXE/leccin\\_6\\_investigacin\\_\\_exploratoria\\_descriptiva\\_correlacional\\_y\\_explicativa.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_6_investigacin__exploratoria_descriptiva_correlacional_y_explicativa.html)

## Anexos

### Anexo 1. Tarifas de referencia de transporte marítimo Buenaventura – Pusan Busan



#### Sistema de Información Comercial Logística de Exportación Reporte de Tarifas de Transporte Marítimo por Ruta

País Origen: Colombia  
País Destino: Corea (sur), Rep. de

Punto Embarque: Buenaventura  
Punto Desembarque: Pusan busan

Agente Comercial	Línea Marítima	Punto de Embarque	Punto de Desembarque	Nombre de Producto	Tipo de Carga	Valor Tarifa USD	Recargo	Valor Recargo	Moneda Recargo	Fecha Actualización
Empresa 7895	Naviera 17829	Buenaventura	Pusan busan	Carga General	Contenedor de 20'	800	ISPS	6	USD	7/11/2013
					Contenedor de 40'	1,000	ISPS	6	USD	7/11/2013
					Contenedor de 40' high cube	1,000	ISPS	6	USD	7/11/2013
Empresa 8325	Naviera 14635	Buenaventura	Pusan busan	Carga General	Contenedor de 20'	50	ISPS	10	USD	7/30/2014
					Contenedor de 20'	50	BAF	273	USD	7/30/2014
					Contenedor de 40'	75	ISPS	10	USD	7/30/2014
					Contenedor de 40'	75	BAF	546	USD	7/30/2014
					Contenedor de 40' high cube	75	ISPS	10	USD	7/30/2014
Empresa 5214	Naviera 15115	Buenaventura	Pusan busan	Carga General	Contenedor de 40' high cube	75	BAF	546	USD	7/30/2014
					Contenedor de 20'	750	THD	101,000	KRW	12/19/2012
					Contenedor de 20'	750	ISPS	11	USD	7/6/2012
Empresa 8140	Naviera 16826	Buenaventura	Pusan busan	GENERAL	Contenedor de 20'	750	BAF	472	USD	7/6/2012
					Contenedor de 20'	750	THC	101,000	CNY	7/6/2012
					Contenedor de 40'	1,300	ISPS	11	USD	7/6/2012
					Contenedor de 40'	1,300	BAF	944	USD	7/6/2012
					Contenedor de 40'	1,300	THC	137,000	CNY	7/6/2012
					Contenedor de 40' high cube	1,300	ISPS	11	USD	7/6/2012
					Contenedor de 40' high cube	1,300	BAF	944	USD	7/6/2012
					Contenedor de 40' high cube	1,300	THC	137,000	CNY	7/6/2012
Empresa 7449	Naviera 17448	Buenaventura	Pusan busan	GENERAL	Carga suelta mínima	165	MOUNT	4	USD	7/6/2012
					Carga suelta mínima	165	ONLD	60	USD	7/6/2012
					Carga suelta mínima	165	DOF	40	USD	7/6/2012
					Carga suelta - rango 1	136	MOUNT	4	USD	7/6/2012
					Carga suelta - rango 1	136	ONLD	15	USD	7/6/2012
					Carga suelta - rango 1	136	DOF	40	USD	7/6/2012



## Anexo 2. Matriz de costos de DFI por modalidad de transporte



MATRIZ DE COSTOS DE D.F.I. POR MODALIDAD DE TRANSPORTE

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	I	PRODUCTO: Nombre Técnico e Comercial	Mango en Conserva
		POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	200999900
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	II	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)	200999900
		UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	U
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	III	VALOR EX-WORKS POR UNIDAD COMERCIAL	0
		EMPAQUE	-
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	IV	DIMENSIONES	-
		ORIGEN: / PAÍS - PUNTO DE CARGUE	Colombia
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	V	DESTINO: / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	Corea del Sur
		PESO TOTAL KG/TON	0
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	VI	UNIDAD DE CARGA	0
		UNIDADES COMERCIALES	1
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	VII	VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3	-
		TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	0
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	VIII	FORMA DE PAGO Y TIEMPO	0
		TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	-

Campo Modificable
Campo con Formulas

CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN	MAHIM D	Costo Unifera	Costo Total	H/M/P (DÍAS)	Costo Unifera	Costo Total	H/M/P (DÍAS)	Costo Unifera	Costo Total	H/M/P (DÍAS)
PAÍS EXPORTADOR	A	VALOR EXW	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
		<b>Costos Directos</b>								
	1	EMPAQUE	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	2	EMBALAJE	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	3	UNITARIZACIÓN	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	4	MANIPULO LOCAL EXPORTADOR	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	5	DOCUMENTACIÓN	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	6	TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	7	ALMACENAMIENTO INTERMEDIO	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	8	MANIPULO PREEMBARQUE	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	9	MANIPULO EMBARQUE	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	10	SEGURO	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	11	BANCARIO	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	12	AGENTES	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
		<b>Costos Indirectos</b>								
	13	ADMINISTRATIVOS - Costo Interfaz	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	14	CAPITAL-INVENTARIO	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
		COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
TRÁNSITO INTERNACIONAL	B	VALOR: FOB No Incluye Embarque	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	C	VALOR: DAP	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	D	VALOR: FAS No Incluye Embarque	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	E	VALOR: FOB	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	F	TRANSPORTE INTERNACIONAL	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	G	VALOR CPT	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	H	VALOR CIP	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	I	VALOR CIP	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	J	MANIPULO DE DESEMBARQUE	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
		<b>Costos Indirectos</b>								
	15	CAPITAL-INVENTARIO	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
		COSTO DE LA DFI EN TRÁNSITO INTERNACIONAL	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	C	VALOR DAP No Incluye Desembarque	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	J	VALOR DAT	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
PAÍS IMPORTADOR	1	TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	2	ALMACENAMIENTO	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	3	SEGURO	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	C	VALOR DAP	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	1	DOCUMENTACIÓN	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	2	ADUANEROS (IMPUESTOS)	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	3	AGENTES	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	4	BANCARIO	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
		<b>Costos Indirectos</b>								
	5	CAPITAL-INVENTARIO	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
		COSTO DE LA DFI PAÍS IMPORTADOR	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	K	VALOR DDP TOTAL	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-

Última Actualización: Enero 2012

Fuente: Proexport - Colombia





### Anexo 3. Ficha país: Colombia

República de Colombia	
 	
<b>Capital</b>	Bogotá D.C.
<b>Idioma oficial</b>	Español
<b>Forma de gobierno</b>	República Presidencialista
<b>Presidente</b>	Juan Manuel Santos Calderon
<b>Población</b>	46.245.297 (Julio 2014 est.)
<b>Moneda</b>	Peso Colombiano
<b>PIB</b>	\$ 378,1 mil millones US
<b>PIB Per Cápita</b>	\$ 7.560 US
<b>PIB por sectores</b>	Agricultura: 6,6%
	Industria: 37,8%
	Servicios: 55,6%
<b>Principales sectores</b>	Minero energético,
<b>Principales ciudades</b>	Medellin, Cali, Cartagena, Bucaramanga
<b>Principales puertos</b>	Buenaventura, Cartagena, Santa Marta
<b>Principales aeropuertos</b>	Aeropuerto Inter. El Dorado, Aeropuerto Inter. José María Córdoba, Aeropuerto Inter. Alfonso Bonilla


*Datos: Banco Mundial - The World Fact Book CIA*

#### Anexo 4. Ficha país: Corea del Sur

República de Corea	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>	
<b>Capital</b>	Seúl
<b>Idioma oficial</b>	Coreano
<b>Forma de gobierno</b>	República presidencialista
<b>Presidente</b>	Park Geun-hye
<b>Población</b>	49.039.986 (Julio 2014 est.)
<b>Moneda</b>	Wŏn surcoreano
<b>PIB</b>	\$ 1.305 billones US
<b>PIB Per Cápita</b>	\$ 25.920 US
<b>PIB por sectores</b>	Agricultura: 2,6%
	Industria: 39,2%
	Servicios: 58,2%
<b>Principales sectores</b>	Textil, acero, manufactura automotriz, electrónicos
<b>Principales ciudades</b>	Busan, Incheon, Daegu, Jeongu
<b>Principales puertos</b>	Busan, Incheon, Tonghae, Masan
<b>Principales aeropuertos</b>	Aeropuerto de Seúl, Kimpo, Aeropuerto de Busan, Aeropuerto de Cheju.

*Datos: Banco Mundial - The World Fact Book CIA*



 <p><b>Uniempresarial</b> FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ</p>	<p align="center"><b>OPCION DE GRADO</b></p> <p align="center"><b>FORMATO CARTA DE PRESENTACION</b></p>	<p align="center"><b>DAE</b></p>
--	---	----------------------------------

Señores:

Vicerrectoría

**UNIEMPRESARIAL**


Ciudad

Respetados Señores:

Por medio de la presente hago entrega del documento para optar por el título profesional, de acuerdo con la siguiente información:

Estudiantes: Johana Carolina Camelo Espinosa – Paula Andrea Hernández Quiroga

Programa		Promoción		Código del estudiante		
Negocios Internacionales		Primera		100004387		
Negocios Internacionales		Primera		100005162		
Título		Viabilidad de la realización de un cluster entre productor agrícola y empresario agroindustrial para la producción y exportación de mango en conserva a Corea del Sur en el marco del acuerdo bilateral suscrito				
Tutor		Carlos Perez				
Opción de grado		<del>Trabajo de grado</del>	Semillero	Misión Empresarial	Diplomado	Plan de Negocio
Programa		Negocios Internacionales				
Resumen (max 150 palabras)		<p>El comercio bilateral entre Corea y Colombia ha sido históricamente incipiente, pese a que cuentan con economías complementarias, debido a esto los gobiernos con el objetivo de fortalecer las relaciones económicas, culturales y de inversión los países firmaron un tratado de libre comercio en el año 2013.</p> <p>La presente investigación pretende evaluar un proyecto de exportación de conservas de mango a Corea en el marco del acuerdo, producto a ser desarrollado en el a través de un cluster agroindustrial en Colombia, por medio del cual los actores aumentarían su competitividad e incursionarían en mercados no tradicionales.</p> <p>Además busca fortalecer la estructura industrial en el país al aumentar su canasta exportadora, apalancar su conocimiento y rentabilidad y generar sinergias con los diversos actores asociados a la cadena apalancar su</p>				

 <b>Uniempresarial</b> <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ</small>	<p align="center"><b>OPCION DE GRADO</b></p> <p align="center"><b>FORMATO CARTA DE PRESENTACION</b></p>	<p align="center"><b>DAE</b></p>
--	---	----------------------------------

	competitividad en un escenario internacional.
Palabras Claves	Cluster, competitividad, cadena de valor
Número de páginas	97

Cordialmente,

Código del estudiante	Nombre	Identificación	Firma
100005162	Johana Carolina Camelo Espinosa	1.032.461.067	Carolina Camelo
100005162	Paula Andrea Hernández Quiroga	1.030.630.055	Paula A.



Bogotá D.C., 26 de septiembre de 2014

Señores  
Dirección Académica y Empresarial  
**UNIEMPRESARIAL**  
Ciudad

Respetados Señores:

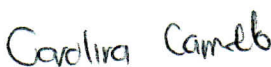
Por medio de la presente hago entrega del trabajo de grado para optar al título de ***Profesional en Negocios Internacionales***.


A continuación se relaciona la ficha bibliográfica la cual contiene la información básica del mismo


Autor	Johana Carolina Camelo Espinosa Paula Andrea Hernández Quiroga
Periodo Académico	Decimo Cuatrimestre
Título	Viabilidad de la realización de un cluster entre productor agrícola y empresario agroindustrial para la producción y exportación de mango en conserva a Corea del Sur en el marco del acuerdo bilateral suscrito
Tutor	Carlos Arturo Pérez Bejarano
Opción de grado	Trabajo de grado
Programa	Negocios Internacionales
Resumen (max 150 palabras)	<p>El comercio bilateral entre Corea y Colombia ha sido históricamente incipiente, pese a que cuentan con economías complementarias, debido a esto los gobiernos con el objetivo de fortalecer las relaciones económicas, culturales y de inversión los países firmaron un tratado de libre comercio en el año 2013.</p> <p>La presente investigación pretende evaluar un proyecto de exportación de conservas de mango a Corea en el marco del acuerdo, producto a ser desarrollado en el a través de un cluster agroindustrial en Colombia, por medio del cual los actores aumentarían su competitividad e incursionarían en mercados no tradicionales.</p>

	Además busca fortalecer la estructura industrial en el país al aumentar su canasta exportadora, apalancar su conocimiento y rentabilidad y generar sinergias con los diversos actores asociados a la cadena apalancar su competitividad en un escenario internacional.
Palabras Claves	Competitividad, cluster, cadena de valor
Número de páginas	97

Cordialmente,

  
 Johana Carolina Camelo Espinosa  
 CC 1.032.461.067 de Bogotá

  
 Paula Andrea Hernández Quiroga  
 CC 1.030.630.055 de Bogotá

 <b>Uniempresarial</b> <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ</small>	<b>OPCION DE GRADO</b>  <b>FORMATO DE APROBACIÓN POR PARTE DEL ASESOR / TUTOR</b>	<b>DAE</b>
--	---	------------

Señores  
Vicerrectoría  
**UNIEMPRESARIAL**

Por medio de la presente, en mi condición de tutor temático metodológico manifesté **mi conocimiento y aprobación** la siguiente opción de grado:

Título:	Viabilidad de la realización de un cluster entre productor agrícola y empresario agroindustrial para la producción y exportación de mango en conserva a Corea del Sur en el marco del acuerdo bilateral suscrito.
Nota sugerida:	4.8
Observaciones:	TRABAJO CON ENFOQUE EMPRESARIAL PRACTICO APROVECHANDO LAS OPORTUNIDADES COMERCIALES QUE EL ESTADO COLOMBIANO OTORGA A LAS EMPRESAS MEDIANTE LOS TLC'S Y ENCAVE NAMIENTOS PRODUCTIVOS.

Realizado bajo la opción de grado:

Trabajo de grado	Semillero	Misión Empresarial	Diplomado	Plan de Negocio
X				

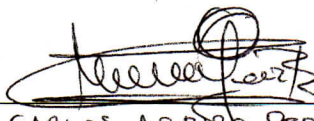
Elaborado por el (los) estudiante (s):

Programa	Promoción	Código del estudiante
Negocios Internacionales	Primera	100004387
Negocios Internacionales	Primera	100005162

Dicho trabajo cumple con las condiciones necesarias para que le sean asignados jurados para su evaluación y sometida a sustentación oral.

Cordialmente,

Firma  
Nombre  
Identificación  
Fecha

  
**CARLOS ARTURO PÉREZ BEJARANO**  
**79.451.774**  
**SEP. 26/14**



**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES**  
(Licencia de uso)

Bogotá, D.C., 26 de Septiembre de 2014

Señores

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ - UNIEMPRESARIAL  
Ciudad

Los suscritos:

Johana Carolina Camelo Espinosa	, con C.C. No	1.032.461.067
Paula Andrea Hernández Quiroga	, con C.C. No	1.030.630.055
	, con C.C. No	

En nuestra calidad de autores exclusivos de la obra titulada:

Viabilidad de la realización de un cluster entre productor agrícola y empresario agroindustrial  
para la producción y exportación de mango en conserva a Corea del Sur en el marco del acuerdo  
bilateral suscrito (por favor señale con una "x" las opciones que apliquen)

Trabajo de Grado ☒ Monografía o ☐ Premio o distinción: Si ☐ No ☒  
Plan de Negocio ☐

cual: \_\_\_\_\_

Presentado y aprobado en el año 2014, por medio del presente escrito autorizamos a la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá – Uniempresarial, para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre nuestra obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autorizan a la Fundación Universitaria de la Cámara de Comercio de Bogotá - Uniempresarial, a los usuarios de la Biblioteca, así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Institución tenga perfeccionado un convenio, son:

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La conservación de los ejemplares necesarios en el área de tesis y trabajos de grado de la Biblioteca.	X	
2. La consulta física (sólo en las instalaciones de la Biblioteca)	X	
3. La consulta electrónica – on line (a través del catálogo de consulta ó el sistema de información que Uniempresarial disponga)	X	
4. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer		X
5. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet		X
6. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previo convenio perfeccionado con la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá – Uniempresarial, para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones		X

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi nuestra obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos

patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

De manera complementaria, garantizamos en nuestra calidad de estudiantes y por ende autores exclusivos, que la Tesis o Trabajo de Grado, Monografía o Plan de Negocio en cuestión, es producto de nuestra plena autoría, de nuestro esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de nuestra creación original particular y, por tanto, somos los únicos titulares de la misma. Además, aseguramos que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifestamos que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado, Monografía o Plan de Negocio es de nuestra competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá – Uniempresarial, por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaremos conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

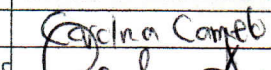

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982, “El autor tendrá sobre su obra un derecho perpetuo, inalienable, e irrenunciable”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá – Uniempresarial, está en la obligación de respetarlos y hacerlos respetar, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

**NOTA: Información Confidencial:**

Esta Tesis o Trabajo de Grado, Monografía o Plan de Negocio contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de una investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

Si ☐ No ☒

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), a continuación, tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

NOMBRE COMPLETO	No. del documento de identidad	FIRMA
Johana Carolina Camelo Espinosa	1.032.461.067	
Paula Andrea Hernández Quiroga	1.030.630.055	

FACULTAD: Ciencias económicas y administrativas

PROGRAMA ACADÉMICO: Negocios Internacionales